

3 1761 11648257 1

CAI
RG 55
- A 56

[Canada]

canadian
consumer
council

ANNUAL REPORT '72

OTTAWA DECEMBER 1972



Consumer
Council


Conseil
de la consommation

CA1
RG55
-A56

The Canadian Charter of Consumer Rights

"Consumption is the sole end and purpose of all production; and the interest of the producer ought to be attended to, only so far as it may be necessary for promoting that of the consumer. The maxim is so perfectly self-evident that it would be absurd to attempt to prove it. But in the mercantile system, the interest of the consumer is almost constantly sacrificed to that of the producer; and it seems to consider production, and not consumption, as the ultimate end and object of all industry and commerce."

— Adam Smith in
The Wealth of Nations



Digitized by the Internet Archive
in 2023 with funding from
University of Toronto

<https://archive.org/details/31761116482571>

The Canadian Charter of Consumer Rights

Each of us is a consumer — not just a buyer or user
or producer or seller.

Each of us is woven into the fabric of the Canadian Society
and is committed to quality, justice, respect, understanding
and a constantly improving and rewarding life for all citizens.

To assist each of us to determine his own life and to better the
society we have made together, we declare these inseparable
consumer rights.

Before Purchasing

1. *The right to purchase.* Each consumer shall have
reasonable access to the lawful goods and services of Canada.
2. *The right to information.* Each consumer shall be given an
opportunity to obtain accurate facts that enable him or her
to make informed decisions.

Purchasing

3. *The right to fair value.* Each consumer shall have the
opportunity to buy desired goods and services
at just prices.
4. *The right to choose freely.* No consumer may be unfairly
pressured or unlawfully disadvantaged
when buying goods and services.

After Purchasing

5. *The right to safety.* No goods or services may expose a user
to unexpected hazards.
6. *The right to redress.* Each consumer shall receive prompt and
full redress for any product or service that does not perform
as explicitly or implicitly warranted.

These rights, while basic and elementary, carry with them
the parallel responsibilities of consumer integrity and
self-improvement. No right or privilege in a free society
is without its concurrent obligations to act responsibly
and honestly.

CANADIAN CONSUMER COUNCIL



CONSEIL CANADIEN DE LA CONSOMMATION

BOX C.P. 94
OTTAWA CANADA

The Honourable Herb Gray
Minister of Consumer and
Corporate Affairs
Government of Canada
OTTAWA

Dear Mr. Minister:-

It is my pleasure to transmit to you the Fourth Annual Report of the Canadian Consumer Council, covering the period from January 1, 1972 to December 31, 1972.

In many respects 1972 has been a most fruitful and productive one. Two major Council studies were completed. At the same time a number of others were carried forward with considerable progress and some real sense of achievement.

The Consumer Council's report on Consumer Education was released May 30th. I am proud that the study cries out for a bold new perspective on approaching the entire spectrum of educating Canadians in their roles as consumers, harnessing available information and data, and challenging the traditional methodology in this area. The Council is very much indebted to Mrs. Beryl Plumptre, the Chairman of the Council's Special Committee, and our research consultants for presenting a fresh and vigorous document. Judging from the initial reactions of government officials, educators and others especially interested in this area, the Council study can make a valuable contribution to this critical aspect of advancing individual consumer interests, knowledge and protection.

The Consumer Council delivered its report on Low Income Consumer Bankruptcies on June 7th, releasing it publicly in Vancouver on that date. That city was selected because it was there in September, 1971 that the Council held its public Seminar on the problems of the over-committed consumer debtor. The Council's report is in response to a request by a previous Minister, the Honourable Ron Basford, to have the Council study the problem of consumer bankruptcies in Canada, with particular reference to the personal insolvency recommendations of the federal government's special Study Committee Report on Bankruptcy, 1970. But its proposals go beyond simply the matters raised in the federal Report and endeavour to meet head on the special problems of those who become the unfortunate victims of our consumer-oriented society. The Council's study was under the supervision of a special committee headed by Mr. George May of Vancouver, with particular assistance from Professor Yves Caron of Montreal. In addition, strong staff support was provided by the Executive Director and the Research Assistant.

Another Consumer Council committee, chaired by Mlle Niquette Delage of Montreal, formulated the Council's reactions to the Canadian Association of Broadcasters' Code of Advertising Directed to Children.

In all instances the Consumer Council's traditional requirement of insisting upon carefully researched background studies and material has been maintained and, perhaps, improved upon. In addition, individual Council members have continued to give of their time and special knowledge as well as their continuing interest in advancing the welfare of the Canadian consumer. I express my personal thanks and appreciation to them as no one is more aware than I of the many demands made on each of them and the limited time they have available to commit.

One of the more exciting Council achievements in 1972 was the work of the 7 summer research students at the Council office in Ottawa during May to September under the direct supervision of the Executive Director. The extent of their efforts and results achieved were, indeed, gratifying. And in the process they have significantly contributed to the research literature on consumer studies.

The full Council met three times during the year, while the Executive met on six other occasions. In concert with its desire to meet at least once during the year away from the National Capital, the November meeting was held in Quebec City concurrently with the Consumer Council's one-day Conference on "The Consumer and the Self-Governing Professions". The charm and grace of the capital of Quebec, as well as the hospitality of its residents, only served to add to the input the Council received from social planners, government advisers and the leaders of the self-governing professions in commencing its exploration of this emerging area of consumer concern. We are particularly grateful to the Honourable Claire L'Heureux-Dubé, Vice-Chairman of the Council, for her invaluable assistance in arranging this meeting.

Of course, the Council's continuing major project of reviewing the consideration of the consumer interest in the conduct of regulatory boards and tribunals has proceeded throughout the year under the capable supervision of the Executive Director. It is anticipated that the Council's report on this phase of its three-part study of the consumer interest in key existing Canadian institutions (boards and tribunals, marketing agencies and the self-governing professions) will be presented shortly. The marketing agencies will be researched and studies completed during 1973.

On a slightly unhappy note, Mr. Minister, it is a source of some disappointment to me personally and, I believe, to most of the Council members, that the Canadian Charter of Consumer Rights, enunciated by the Consumer Council and delivered to the Honourable Ron Basford in January 1972, should continue to gather dust on Ministerial shelves. Originally requested by Mr. Basford at the birth of the Consumer Council in 1968, it was the product of a fair degree of research into consumer attitudes and a great deal of agonizing by Council members. Your immediate predecessor, the Honourable Robert Andras, exchanged some views on the Charter with the Council; nevertheless he withheld Ministerial endorsement of it. I would hope that at an early date you would see your way clear to embrace its principles and thrust as the standard of contemporary consumer entitlements.

The work of the Consumer Council has benefited from the service rendered to it by our distinguished Executive Director, Dr. David Bond. We have, as well, been fortunate in having as our staff Research Associate Ms. Ellen Richardson. The efforts of both are so clearly reflected in the quality of Council publications and the scope of its endeavours. Consumer Council members, I am certain,

join me in expressing our sincerest thanks and appreciation to them. As I write this, each is just beginning an important new assignment in the Public Service. We wish them well in their new endeavours.

And to Ms. Georgine Ulmer, the Council's Executive Secretary, I express a very special "thank you" for countless extra efforts far too numerous to recount.

May I also take this opportunity to express our appreciation to the officials of your Department in Ottawa and across the country who have always been most co-operative and courteous.

One year ago I welcomed your immediate predecessor, the Honourable Robert Andras, to his new appointment as Minister of Consumer and Corporate Affairs. Constructive and productive while it lasted, that tenure expired at the end of November with your elevation to this important post. The Consumer Council looks forward, in turn, to making its counsel and assistance available to you and to working closely with you, Mr. Minister, in the rewarding pursuit of the enlightened advancement of the consumer interest in Canada.

Respectfully submitted,

Harold Buchwald

HAROLD BUCHWALD, Q.C.
Chairman

February 28, 1973.

TABLE OF CONTENTS

APPENDICES

	PAGE
LIST OF MEMBERS, AS OF JANUARY 1, 1972	11
CONSUMER AFFAIRS IN 1972: AN OVERVIEW	13
COUNCIL ACTIVITIES, 1972	23
FINANCIAL REPORT	37
TERMS OF REFERENCE	39

A. LIST OF RECOMMENDATIONS FROM ADOPTED COUNCIL REPORTS, 1972	41
B. PUBLICATIONS OF THE CANADIAN CONSUMER COUNCIL, 1968-72	49

MEMBERS OF THE CANADIAN CONSUMER COUNCIL

Chairman: *Mr. Harold Buchwald, Q.C.
Winnipeg, Manitoba

Vice-Chairman: *Judge Claire L'Heureux-Dubé, Q.C.
Quebec, Quebec

Members:

Mrs. Maryon Brechin
Etobicoke, Ontario

Mrs. Catherine Brent
Saskatoon, Saskatchewan

*Professor Yves Caron
Montreal, Quebec

Miss Niquette Delage
Montreal, Quebec
(To December 15, 1972)

Mr. Joseph-A. Dionne
Montreal, Quebec

Mr. William Dodge
Ottawa, Ontario

Mr. Robert Hurlbut
Toronto, Ontario

Mr. David Kirk
Ottawa, Ontario

Mr. André Laurin
Quebec, Quebec

Dr. David S. R. Leighton
Banff, Alberta

Mr. George S. May
Vancouver, British Columbia

Mrs. Alexa McDonough
Halifax, Nova Scotia

Mrs. Margaret McGuire
Moncton, New Brunswick

Mr. Yves Ménard
Montreal, Quebec

*Professor William Neilson
Toronto, Ontario

Professor Peter Pearse
Vancouver, British Columbia
(To June 30, 1972)

*Mrs. A. F. W. Plumptre
Ottawa, Ontario

Professor Yolande Taylor
Montreal, Quebec
(As of December 31, 1972)

Mrs. Bernice Walsh
St. John's, Newfoundland

Executive Director: Dr. David E. Bond

Research Associate: Ms. Ellen Richardson

Executive Secretary: Ms. Georgine Ulmer

Office: Room 101
207 Queen Street
Ottawa

Mail: BOX 94, Stn. "A"
Ottawa
K1N 8V1

Phone: 613-232-5701

* Members of the Executive Committee

CONSUMER AFFAIRS IN 1972: AN OVERVIEW

"The 'purpose' of the product is not what the engineer explicitly says it is, but what the consumer explicitly demands that it shall be. Thus, the consumer consumes not things, but expected benefits — not cosmetics, but the satisfaction of the allurements they promise; not quarter-inch drills, but quarter-inch holes; not stock in companies, but capital gains; not numerically controlled milling machines, but trouble-free and accurately smooth metal parts; not low-cal whipped cream, but self-rewarding indulgence combined with sophisticated convenience."

—Theodore Levitt in *Advertising Age*

1972 could probably be characterized as a year of the "three R's" in consumer affairs: Reappraisal, Reflection and Reaffirmation.

REAPPRAISAL

As the year began, the proponents of the proposed new Federal *Competition Act* were retreating to reappraise their draft statute (Bill C-256 of the 1971 House of Commons). Late 1971—early 1972 was "open season" for critics of the contemplated legislation on both the draft statute itself as well as many of its underlying principles.

Many of the criticisms were both constructive and valuable in pointing out serious shortcomings in draftsmanship and workability of the Bill. Such efforts were valuable and enlightening in the progressive search for a new competition policy for Canada in the 1970s and beyond which — at the same time as maintaining a free marketplace — will continue to make business enterprise in this country more viable, efficient and productive.

True to his promise at the time he introduced the draft legislation in June, 1971, the former Minister of Consumer and Corporate Affairs, the Honourable Ron Basford, permitted it to die on the Parliamentary Order Paper at the end of 1971. Having clearly introduced it only for initial reaction and subsequent revision, the Minister promised recasting based on appropriate and informed reconsideration.

But this gesture did not deter the draft Bill's many other blind and largely negative critics in either the vigor of their assault or the passion of their rhetoric. The year's dawning saw them persistent in mounting the nation's podia and in enlisting the media to continue their all-out attack on this vital piece of proposed consumer protection legislation. Many saw it as nothing less than the escalated demise of the free enterprise system, notwithstanding its contemplated legislatively enshrined protection against unfair competition for individual business entrepreneurs along with the end users of the system's products and services. It is unfortunate that the emotional nature of their attacks should deter from the valid and valued corrective assessments which also emerged.

It was not surprising, then, that a process of de-escalation of the hostility between critic and advocate was deliberately set in motion by those responsible for the introduction of the proposed legislation. The series of seminars conducted by the Department of Consumer and Corporate Affairs with those who had filed submissions in criticism (over 300 separate ones), spokesmen for industry, the professions, labour, agriculture, the academic community and consumer interests could not but help to diffuse the atmosphere of confrontation. At the same time, these sessions will undoubtedly result in improvements to the quality of the new legislation when it is ultimately introduced. The new *Competition Act* should, no doubt, enjoy the benefits of input from the private sector in making it a more practical and workable piece of legislation for both businessmen who are to operate under it and consumers who are to be protected by it.

It is significant that, far from being a dead issue, both the Honourable Mr. Basford's immediate successor, the Honourable Robert Andras (appointed at the end of January 1972) and the 1972 Speech from the Throne firmly committed Canada to a meaningful consumer protective and conscionable new competition policy. Only the practicalities and refinements appear to remain to be put into final form. But the philosophy and the fundamental tenets of Bill C-256 remain as the objectives. On this there appears to be almost non-partisan consensus.

With hindsight, it would have to be observed that the exercise of Bill C-256, while leaving its political scars on those who were personally involved, has undoubtedly been a valuable Canadian experience. To those who have been labouring in the vineyards of advancing consumer interests and had perhaps become lulled into a false sense of achievement as important new regulatory measures found receptive legislative endorsement and encouragement, the great *Competition Act* debate showed the extent of the very real schism still prevalent in the consumer/producer dialogue. It also became a practical exercise in participatory democracy, as critic eventually met hitherto faceless departmental official and each exchanged their views on an "eyeball-to-eyeball" basis. But it also showed how men of good will, given a common objective to focus upon, can come together — advocate and critic alike — and endeavour to find mutuality of method and purpose. As a result, the ultimate code to regulate a truly competitive Canadian business community in the 1970's and beyond should be a more viable and credible doctrine in the context of the contemporary marketplace — both domestically and internationally. And the Canadian citizen — corporate and consumer — will be the richer for it.

At the end of 1972 it remained to be seen where a new Canadian competition policy would fit into the scheme of priorities of a minority government. Nevertheless, its inevitability appears to be only a matter of timing.

At the same time that the proposed new *Competition Act* was undergoing reappraisal, so, too, it seemed, was all federal consumer protection legislation. A change in the personalities of both Minister and Deputy Minister (as transpired in January of 1972) is a natural time for stocktaking, as the new incumbents review and assess. Besides, a plethora of new legislation had in the past few years found its way into the statute books, both federally and provincially, and 1972 appeared to be as good a time as any to reassess it and pause to reflect on just how far and how fast government measures should continue to go to right marketplace wrongs.

Fundamental corrections associated with "grass roots" consumer protection in terms of truth in lending, truth in packaging, truth in advertising, safety, deceptive selling practices and the like are now enshrined legislative measures that have had a few years of exposure. In 1972 administrators were apparently resting their oars as they seemed to be giving the present measures a chance to take hold and to gauge their full effectiveness. Some consumer activists, on the other hand, publicly expressed concern that bureaucratic apathy or complacency might be setting in. Others were heard to call for improvement of sloppy draftsmanship in earlier consumer protection laws, more realistic sanctions to deter violators, more effective enforcement machinery, and a more vigorous enforcement policy.

Perhaps the classic case of apparent bureaucratic foot-dragging was reflected in the non-emergence, throughout 1972, of the necessary regulations under the *Consumer Packaging and Labelling Act*. While industry associations appear to be enjoying some participation in the seemingly painful process of working out mean-

ingful regulatory standards, consumer groups claim to have been left virtually completely out of the dialogue, notwithstanding that they are the ones who have been clamouring for standardized packaging and labelling for several decades. For, while consumer interest groups have been notionally involved "on paper", this has not been the experience in practice.

This civil service fetish with the "secrecy" of not-yet-officially-public regulations, while it may have its place in other situations and in relation to other legislation, is badly misplaced and misconceived with respect to the packaging and labelling of consumer products. Under this statute (the *Consumer Packaging and Labelling Act*) the Regulations will in reality become the new rules. To keep them secret when they so widely affect both industry and individual consumers is not only questionable, but potentially harmful. Not revealing them for fullest discussion and exposure raises a serious question of wherein the real public interest lies. This exercise should be contrasted with the positive corrective rules obtained in exposing and in engaging in dialogue on the proposed *Competition Act*.

With metrication just around the corner in this country, it would seem logical that the packagers of Canadian consumer goods phase into this important and inevitable reality now and not in two or three steps. It seems equally logical that Canadian consumers not be further exploited by two or three step packaging into the metric system. But silence or non-activity appears to be pre-empting meaningful action.

The alleged communications gap with consumer interest groups on this and other "bread and butter" consumer subjects has unfortunately caused the federal Department's endeavours to be seriously questioned and its motives to become suspect. Those who hope to speak for consumers continue to complain of a lack of evidence of research or positive activity emanating from the Department. If it is there, they claim they don't seem to be able to see it or learn of it. This is indeed unfortunate. It challenges the usefulness and ability of the very Department set up to serve consumers and advance their interests nationally. And, as a consequence, unconvincing reasons for not pursuing other items of consumer concern, such as unit pricing, serve to confirm the notion — perhaps not well founded, but nevertheless, increasingly present — of another "consumer rip-off" or "bureaucratic cop-out".

It will remain an ongoing obligation of consumer interest groups and consumer activists alike to prick the balloons of lethargy and prod politicians and officials alike to assure that bureaucratic reappraisal does not deteriorate into public service indifference.

REFLECTION

If 1972 saw a de-escalation of some of the hostility and confrontation of previous years, it also witnessed, to a more considerable degree than at any time in the most recent past, articulate searchings for and reflections upon the very essence of consumerism.

The emerging new standards of corporate citizenship and business morality found greater identification in terms of societal responsibility, a key factor of which is the consumer context. Just as it is no longer acceptable to pollute the environment, discriminate in one's hiring practices, pay less than a living wage, or unilaterally automate to the detriment of those who have worked loyally for the com-

pany and would become economically redundant in the labour force if replaced by technology, it is also no longer acceptable to deal unfairly or unconscionably in the marketplace. For the privilege of functioning in society and reaping its economic benefits carries with it the concurrent obligations to show genuine concern for and exercise meaningful responsibility to all others in that society, and particularly those with whom one deals for commercial advantage.

Particularly is this the case in a business' dealings with the ultimate buyer of its products and facilities. Today, consumers expect to be given reasonable access to goods and services and not to be victimized as part of a captive market. They are entitled to obtain accurate facts about those goods in order to make informed decisions. They expect their purchases to be at fair value, and that they will not be taken advantage of. No consumer should be unfairly pressured or unlawfully disadvantaged when buying goods and services. Nor should those goods or services expose a user to unexpected hazards. And, to give it all reality and meaning, each consumer should receive prompt and full redress for any product or service that does not perform as explicitly or implicitly warranted.

These re-stated social values and criteria have emerged from exposure of the current attitudes on consumer expectations and from public discussion on business responsibility.

The fundamental entitlements of the consumer, chartered early in the year by the Consumer Council and recommended to the Honourable the Minister of Consumer and Corporate Affairs as the *Canadian Charter of Consumer Rights*, could have become for many the talisman in appraising dealings with consumers — both market-related and across the general breadth of society. Regrettably, successive Ministers have chosen to withhold their endorsement of the Council's *Canadian Charter of Consumer Rights* after such a declaration was specifically requested by the first Consumer Affairs Minister. This action has decidedly not served the best interests of consumers, producers, marketers, sellers, legislators or public officials alike. Its effective burial must be a source of considerable dismay to those who look to the Federal Minister for direction and balance in the thrust of advancing the consumer interest.

The Consumers' Association of Canada, as the premier consumer constituency in the country, celebrated its twenty-fifth anniversary. As it enters its second quarter century, it gives indications that the philosophical aspects of advancing the consumer interest are very much a part of its mandate along with the specific product and business practice concerns which have been its traditional hallmark.

As the reflective stirrings took voice, some, like Theodore Levitt (who is quoted at the beginning of this *Overview*) began to focus on the subliminal, inarticulate results now becoming apparent as a consequence of the mass-production, mass-merchandising, mass-marketing system. Levitt's suggestion of the consumption of "expected benefits" rather than "things", places in perspective for both businessmen and consumers the necessity to stop concentrating on products *per se* and begin to realize that it is the benefits they convey that are critical. And when the benefits aren't forthcoming or — even worse — when there is outright betrayal of the expectant buyer, there is not only an increased lack of credibility in the marketplace, but agitation for even stronger sanctions against the offenders.

Perhaps some of the cynicism and rebelliousness apparently evident stems in part from what Charles Reich in *The Greening of America* called our present anti-community. Our society, as he sees it, has become:

"one vast . . . anti-community . . . (a place) of loneliness and alienation . . . Friendship has been coated over with a layer of impenetrable artificiality . . . Protocol, competition, hostility and fear have replaced the warmth of the circle of affection which might sustain man against a hostile universe."

This might well explain why there is more individual consumer protection agitation than ever before on an individual-to-seller basis.

Consumer protection has in fact become a household cliché and buyers are protesting as never before when they feel they have been betrayed or abused. Previous apathy or the sense of futility is gradually being replaced with militant and aggressive enforcement of individual claims. Policies being advocated in the consumer interest, even of an intangible or philosophical character, are finding general receptivity and support.

As a consequence, 1972 saw many indicia of the search for some of the answers to many of the philosophical questions lurking just beneath the surface of consumer affairs activity. Perhaps four instances will serve to illustrate:

1. In March the Canadian Institute of Public Affairs had its Annual Mid-Winter Conference address itself to the general topic: "The Great Consumerism Debate: Who Shall Speak for the People?" Consumer activists, politicians, labour and management personalities and others sought an appropriate base as consumers/citizens within the context of "The Right of the People to Influence the Use of Power".
2. In May the initial organizing meeting of the Better Business Bureaus of Canada took place. It is designed to meet the challenge to business of consumerism head-on by making consumer sympathizers out of the men who occupy the executive suites and top management in consumer-oriented industry. It aims, through education and persuasion, to embrace the new standards of corporate citizenship. It is an exciting re-birth or re-vitalization and one which could, if successful, dramatically change the consumer dialogue and, at the same time, gain valuable business participation which has been so noticeably lacking to date.
3. In July a four-member symposium of the Toronto School of Theology (University of Toronto) enunciated its "Truth Guidelines for Canadian Advertising". The guidelines resulted from an analysis of what, morally and ethically, should be the practical standards of truthfulness in advertising for contemporary society. The study was commissioned by the organized advertising industry in this country, and is the joint project of the Association of Canadian Advertisers and the Institute of Canadian Advertising. Many of the dicta enunciated by the theologians are in accord with what consumer advocates have been suggesting for some time. Not all found universal receptivity amongst the advertising fraternity, but to their credit, the leaders of that industry are consciously endeavouring to achieve consensus on the truth guidelines as acceptable industry standards of a particularly visible and vulnerable consumer abuse marketing activity. In September and October the sponsoring organizations convened one-day seminars in Toronto and Montreal to review the guidelines. The progress of the acceptance of the advertising Truth Guidelines as the daily working credo of professional advertising people will be watched with interest and anticipation.
4. In November, in Quebec City, an area of consumer interest hitherto not explored in depth received initial public exposure: "The Consumer and the

Self-Governing Professions". Quality of professional services, licensing, basis of fee charges, redress for the abused consumer, and the like are all beginning to come under review. Again, the issues were more reflective than specific as the traditional systems were held up to assessment at the initiating conference on this subject organized by the Canadian Consumer Council.

These certainly are times when traditional values are undergoing reflection and — frequently — change. All elements in society have an important role to play in influencing the nature of any changes to be embraced, particularly those whose immediate destinies are most directly affected. It is to be hoped the discussions will continue to enjoy meaningful input from all sectors and from all perspectives on each question.

REAFFIRMATION

At the same time as the Reappraisals and Reflections on consumer affairs were underway, there were many strong indicia of Reaffirmation of the acceptance of fundamental objectives of advancing the consumer interest and making that interest take its proper place in regular marketplace dealings.

While not intended as an exhaustive listing of the major events in consumer affairs in 1972, the following are worthy of special mention as trend-setters:

- *The banning in May by the then Minister of Consumer and Corporate Affairs of certain infants' car seats as being unsafe.* This was done under the authority of *The Hazardous Products Act*. Its significance was to put real teeth into that statute and to show industry there can be no compromise on consumer safety, particularly infants' safety. The reasoning was eloquently explained by the Honourable Robert Andras, and indicated that the saving of one child's life (to say nothing of protecting others from injury) more than justified the imposition of the ban, notwithstanding the presence of substantial suppliers' and retailers' stocks of the offending car seats on hand.
- *The release in June of the Ontario Law Reform Commission Special Study on Warranties in relation to consumer products.* Basically, a matter of provincial law under the property and civil rights head of the *British North America Act*, this is one of the most flagrantly abused areas of consumer purchases, particularly with respect to cars, appliances and the like which come pre-packed from the factory. The Ontario study is perhaps the most definitive ever, and it is hoped it will lead to early legislative redress to what is very much an imbalanced position in the marketplace. The thrust is twofold: an insistence from manufacturers and sellers on reasonable standards of product durability, utility and safety; and, failing these standards, effective consumer redress.
- *The introduction in December of a bold wide-sweeping personal privacy law in Ontario,* designed to control the use of personal credit reports, correct inaccuracies in them and generally assure by law the sanctity of name and reputation. Ontario thus follows Manitoba which introduced similar legislation in 1971, and Quebec which followed in 1972. While the Ontario Bill was withdrawn, it is expected to be introduced in revised form in 1973.
- *The Canadian Association of Broadcasters' Code of Advertising Directed to Children,* which became effective at the beginning of 1972. The broadcast media (radio and television) themselves police the Code by agreeing not to

allow offending advertisements to be broadcast on their stations. (It is to be hoped a similar Code would extend to all advertising media.) A real breakthrough has been the inclusion of consumer representatives on the review committees of the Advertising Standards Council appraising advertisements which might violate the Code. During the year Quebec introduced its own Regulations drastically curtailing by law advertising aimed at children.

- *The utilization of a small claims procedure through the Courts in Manitoba and Quebec.* An aggrieved consumer who has made a small purchase and can't get satisfaction has available to him a quick, efficient, inexpensive, uncomplicated procedure which does not necessitate his engaging a lawyer. Early reports indicate the system is working quite well and may set a trend.
- *The opening of "storefront" consumer centres on an experimental basis in Renfrew, Cornwall and Winnipeg.* The first two were opened by the Federal Department (as recommended by the Consumer Council in its Report on Consumer Education). The Winnipeg office was opened by a group of students and instructors from the University of Winnipeg's Institute of Urban Affairs, and financed by grants from the Opportunities for Youth Program and the Federal Department of Consumer and Corporate Affairs.
- *A week long conference in August by the Ministry of Education of the Province of Ontario for teachers of consumer subjects on Consumer Education.* This represents one of the first formal efforts to educate and reach the educators on consumer education.
- *The establishment of a cheap, simplified procedure to assist the overcommitted consumer debtor with his insolvency problems by making it easier for him to declare himself personally bankrupt.* Federal Department of Consumer Affairs officials, working with Canada Manpower offices, will be available for the purpose at nominal trustees' fees (\$50.00). Initially started in only three cities, by year end the program was extended virtually across the country. While the proposal does not meet with all the criteria the Consumer Council should like to see available (no means test in order to qualify, no \$50 "entrance fee", improvements in the personal bankruptcy legislation to allow effective rehabilitation of the overcommitted debtor), it does represent concrete efforts to extend help to the victims of the consumer credit society who are not able fully to cope with it and to better manage their affairs.

On the negative side, at least two other events in 1972 suggest that within the highest echelons of the federal governmental structure, the voice of the consumer either was ignored or is likely to go unheard:

- At the beginning of the year, in early January, the *National Farm Products Marketing Agencies Act* went through Parliamentary Committees with all requested representations having been made except that of the Consumers' Association of Canada, although its representative was standing by, waiting to appear. Explanation of why this transpired, besides being not adequate, reflect an indifference to considering the consumer perspective on the legislation.
- As the year closed, in December, the Canadian Transport Commission was preparing to hear Bell Canada's telephone rate increase application for the Provinces of Ontario and Quebec without adequate provision to hear from the most directly affected party, the user (i.e. the captive consumer) of Bell's services.

The proceedings are, of course, extremely complicated and technical. How the consumer can adequately and effectively be represented in such matters requires early solution.

The Canadian Consumer Council, with studies on situations of this nature virtually completed, hopes to propose the appropriate courses of action at an early date.

ON THE HORIZON

The dimensions of consumer concerns are rapidly expanding beyond simple market-related activities. Consumer interest groups are being heard to speak out on subjects such as environmental protection, inflation, combines, taxes and tariffs. More and more are government services, the conduct of regulatory tribunals, the self-governing professions and producer-oriented marketing boards coming under challenge from consumers whose interests don't appear to be taken into consideration in their deliberations. The indifference to the consumer consequences in the resolution of labour-management disputes is another cause for scrutiny. The activities of public corporations, their roles as corporate citizens and their discharge of their social responsibilities is yet another area of growing consumer-shareholder concern.

The addressing by consumer interest groups of their scrutiny to these questions and their extensions, many of which are not yet clearly perceived, will bring into play overlapping assessments of where being a consumer ends and being a citizen begins.

Facing these demands, the respective roles of both government and the private sector must become even more intense and aggressive than they have been heretofore in advancing the consumer interest. In many respects governments — *all* governments, federal, provincial and municipal — will have to adopt a more distinct split personality in the evolution and administration of their legislation and their programs.

Government departments, bureaux, and agencies are vital to the maintenance and continuation of ongoing corrections to specific abuses in the marketplace.

But, as the watchdogs of consumer interests within the governmental and legislative structure itself, consumer affairs departments and bureaux are going to have to start reacting — publicly, if necessary — to other government policies and programs that work against the consumer interest. At the federal level this may bring the Consumer Affairs Department or its Minister in direct confrontation with such other Departments (or their Ministers) as Finance on banking or insurance matters, or Agriculture on producer-oriented marketing activities, or Labour on wage or technological change, or Industry, Trade and Commerce on commercial incentive policies. Any one of these areas of endeavour constantly suggests conflict of interest within Government itself, and the record leads one to conclude that too frequently the consumer interest is made subservient to some other special interest. And the pattern can be duplicated at the Provincial and Municipal levels.

It is axiomatic in this discussion that government make itself accessible to those from the private sector who are concerned with consumer affairs and be responsive to the just concerns brought forward. And herein lies one of the key roles of Private Interests in Consumer Affairs: to be effective in influencing the course of legislation and policy in the consumer interest. There is little question that those who want to protect their own positions regardless of the consumer interest can mount tremendously effective pressure and opposition. The more simplistic and

populist efforts of elementary consumerism have in the past, and will continue, to present less of a problem as legislators and the public service can identify with them fairly readily. But when the issues get complex, who is able to identify the consumer interest and argue and advance it? It does not take much observation to conclude that what is required is an expertise, research and experience to press for better laws and to comment on the laws that are introduced for adoption at the federal and provincial levels.

The record of recent experience with the legislation or governmental process indicates an inequality of ability and resources to advocate the consumer case on important issues and new laws. In the current dialogue, this type of inequality in the political marketplace is just as intolerable as consumers' inequality in the commercial marketplace.

The most effective way to begin to redress this imbalance and advance consumer interests at the Government (and even industry) level is to have a strong consumer lobby, a consumer constituency, supported by a strong consumer-oriented research facility. Notwithstanding an official consumer-biased presence in government, a strong consumer voice depends on intellectual credibility and political muscle. Who will accept your proposal without researched and documented back-up? Who will be persuaded to react without some ballot box influence? The counter-pressure to undue influence by those of contrary views is to validate entitlements, coupled with a broad base of grass roots support. This takes substantial financial and human resources.

How consumer interest groups are going to raise sufficient funds and present the challenges and opportunities to attract the expertise and the staff so necessary to help define the issues, to identify the pressure points, and to press the consumer case in what is basically an adversary process, will be some of the primary issues confronting consumer groups. Some believe their very existence and public credibility will be at stake.

For, in addition to assessing government legislation and policy, consumer interest groups must also look at the performance of the regulatory boards and tribunals, as well as who is appointed to them. And they must insure that bureaucratic complacency doesn't set in on existing matters or the formulation of new regulations.

It is, however, not only to governments that consumer interest groups must address themselves. The public corporation, its activities as a corporate citizen, and its discharge of its social responsibilities call for the visible and effective presence in Canadian companies of the "consumer-shareholder" who has emerged recently in the United States. Consumer representation in the collective bargaining process is also becoming a more frequently articulated priority, as consumers are continually expressing increasing despair at being the perennial "patsies" of labour-management disputes. And more and more self-regulating industry groups recognize the importance of a consumer presence in the setting of ethical standards and the adjudication of violations.

But it isn't only consumer interest groups that have a vital interest in consumer affairs. It is also legitimate business — the manufacturers, distributors, marketers, retailers, and financiers of consumer goods and services. It is to be hoped that they will soon begin to play a more visible and active role in the advancement of consumer interests, both in terms of supporting appropriate corrective legislation and in pursuing business procedures now being called for. In embracing the new


standards of corporate citizenship society expects of them today, they have a valuable contribution to make to the consumer interest dialogue. Rather than confrontation and overreaction, they should be seeing to it that the new rules are workable and practical, and at the same time that these rules achieve their societal objectives. Who is in a better position to make this input? It is in the mutual interests of consumer and businessman alike that there should be both integrity and profitability in the marketplace.

There is a "third force" in the consumer/business equation which also shares a vital concern in the advancement of the consumer interest — organized labour. To date, sad to relate, their support of consumer interest groups and advocacy of the improvement of the consumer welfare has been less than visible or barely token at best. Yet the unions, whose rank and file members, after all, are mainly on fixed wage contracts, have perhaps the most organized and direct concern in assuring that their members, as consumers in the contemporary marketplace, get value, quality, safety, integrity and redress in their personal purchases. And they, themselves, as significant instruments of social change, have an important voice to add to the new societal standards being called for. It has been suggested that in the United States the unions have traditionally been the financial backbone of the consumer lobby. It is to be hoped and anticipated that organized labour in Canada will begin to play its proper role in consumer affairs, and soon.

Whatever direction or shape consumer advisory bodies to government may take in the future, strong, independent, well-researched advocacy will continue to be called for from the private sector. For essentially, as well-motivated as many legislators, government officials, business and labour leaders are or may become with respect to consumer affairs, it will still remain for consumer activists and consumer interest groups to continue to carry the bail in speaking for the people who cannot speak for themselves. Perhaps they will take inspiration from the words of the distinguished American legal philosopher and social reformer, Edmond Cahn. In 1963, he wrote:

"Though all we can be sure of is contention and strife, we have abundant incentives to continue striving. Our legal order already displays extensive shifts away from the old, harsh official perspective. Every move towards a consumer perspective demonstrates how much intelligence and resolution we are able to achieve for the law. And even if the trend should change one day for the worse and all our hopes prove to be dupes, no one could cancel what we should have gained in some individual case on behalf of some individual human being, no one could strip us of some concrete good that we should have redeemed then and there, some particular act of equality that we should have performed, some specific exercise of freedom that we should have made whole. Only in the consumer perspective can a passing skirmish count as much as a long campaign, . . . and the rescue of a single life as much as either."

("Law In the Consumer Perspective" (1963)
University of Pennsylvania Law Review)



HAROLD BUCHWALD, Q.C.
Chairman
Canadian Consumer Council

January 31, 1973

COUNCIL ACTIVITIES 1972

Like anything taken out of context the review of events during a period even as long as a year can, in some ways, be misleading. Seldom, if ever, does anything other than a given year begin on January 1 and finish on December 31. So it is with the activities of the Canadian Consumer Council. The meetings of the Council are concerned with the evaluation of past research, with a consideration of current projects and with plans for future activities. Thus, the Council's activities blend all three perspectives into a time continuum.

I. REPORTS

The Consumer Council held three full meetings in 1972 and at each of these adopted a report to be sent to the Minister and then released to the public. Each of these reports was based upon extended and careful research in the previous year, together with long and detailed discussion of the various issues involved. The aim was for the widest possible consensus of opinion without the sacrifice of merit of content. The recommendations contained in the reports not only dealt with existing problems, but also attempted to anticipate future needs and their possible solutions.

a) Consumer Education

At its February meeting held in Ottawa, the Council passed and sent to the Minister of Consumer and Corporate Affairs its report on Consumer Education. This marked the culmination of a long standing interest and work effort by the Council. In 1970 the Consumer Council published the results of research undertaken for it by the Canadian Association of Adult Education. The results of that effort, together with the labours of consultants and an *ad hoc* Council committee chaired by Mrs. A. F. W. Plumptre, formed the basis of the first draft of the report. It took several meetings of Council, continued and detailed discussion of each topic and frequent redrafting before the final report was approved. The aim, of course, was to provide a report and recommendations that would be as comprehensive in scope as was possible.

An examination of the research findings led the Consumer Council to conclude that what was needed was a new and fresh approach to the question of consumer education. No longer was it sufficient to consider consumer education as taking place only within the formal educational structure. That, indeed, constituted only a small portion of the process of consumer education which begins at birth and ends at death. Educating the consumer ranges from providing product and service information as to quality and price, to informing consumers where information and help with problems can be obtained. In large measure, it means informing consumers of their rights and obligations under existing laws.

A subject so vast and complex, in the Council's view, needed a number of different, but interrelated approaches. It was the Council's opinion that "the concept of consumer education, if it is to be relevant in the future, will have to expand to encompass these broader considerations". Since, in the eyes of the Council, it was patently impossible for anyone to absorb all the available information and keep it up to date, it was expected that "... consumers will more and more need to rely on a selective approach, on identifying their own problems as their needs change and on finding supporting resources which can assist their learning process."

Moreover, the growing diversity of life styles within Canada calls for less reliance upon standardized educational approaches. In this context, consumer education must be more of a learning experience rather than a teaching experience. The consumer must educate himself by discovery rather than by being given a predetermined and prescribed dose of information which may or may not be useful.

1. *a basic resource*

The Consumer Council found that Canada is rich in consumer education resources —

“There is an abundance of consumer expertise scattered through the governments, businesses, industries and voluntary associations, and in the homes and schools of this country. There is also a rich store of information with respect to products and their characteristics, the laws of different jurisdictions, the pitfalls awaiting unwary consumers, the techniques and experiences of consumer self-help activities, the sources of supply of products, and the remedies available to dissatisfied consumers. More important even than these, there is a great deal of good will and willingness to make this expertise and information available.”

The Council concluded that these resources could and should be effectively mobilized into providing consumers with the basic resource needed for increased consumer education. The Council recommended:

“THAT THE MAJOR FOCUS OF THE MINISTER’S EFFORTS IN THE FIELD OF CONSUMER EDUCATION BE DIRECTED TO THE ESTABLISHMENT OF CONSUMER RESOURCE CENTRES: INFORMATION CENTRES NOT ONLY FOR THE INDIVIDUAL CONSUMERS, BUT FOR EDUCATORS AND CONSUMER GROUPS.”

Such centres should be concerned with the consumer, prepared to help with problems, knowledgeable about sources of information, with a capacity for direct access to people and resources. Most importantly, such centres have to be aware that the best interests of business and consumers are fundamentally in accord rather than at odds with each other.

Towards this end, the Consumer Council recommended that the resources and scope of BOX 99 be strengthened and that a national resource centre be established in Ottawa.

2. *information centres*

Most importantly, however, the Council recommended that the Minister, in co-operation with existing resource centres and with the provincial governments, establish store-front centres to be open during shopping hours and easily accessible to consumers. These centres should be linked to the national resource centre by telephone or telegraph lines.

It was the opinion of the Consumer Council that the establishment of such resource centres easily accessible for both consumers and educators would, in turn, provide inputs to revitalizing consumer education courses within the formal education system. The Council, therefore, recommended that the Minister bring to the attention of those engaged within the education system both the results of the study done for the Council by the Canadian Association of Adult Education and the Council’s report.

In addition, as a supplement to the resource centres, the strengthened resources devoted to BOX 99, and the effort to stimulate revitalization of consumer educa-

tion within the school system, the Council urged the Minister to give careful consideration to the development of consumer programming on radio and television.

3. *wider information available*

Consistent with the recommendation for the establishment of a national resource centre and a network of nationwide consumer help-information centres, the Council felt it essential that the amount and type of information made available directly to the consumer could be improved. Specifically, the Council urged the Minister to encourage businessmen to voluntarily disclose information useful to consumers. An example of this type of information was the fabric care labelling code. The Minister was urged to support the effort of advertisers and media to improve the information content of consumer advertising.

To encourage such activity the Council recommended that the Minister publicize the efforts of the business community and the media to improve consumer welfare; support efforts to expand self-regulation; and draw to the attention of government and the producer-supplier sector substantive complaints and specific suggestions about products and services and about consumer laws and their administration.

The Minister also was asked to support efforts within the government to secure wider public access to information in the government's possession relevant to consumers. Examples cited were product test results, automobile safety records, polluting effects of products, etc.

The sum and substance of these and the other specific recommendations contained in the report were directed at one purpose. As the Council stated in its report:

"Given indications of the deficiencies of current approaches, the need for greater selectivity, and the growing diversity in consumer preferences, we are calling upon those interested in consumer education to shift its focus and to set out upon a course which is highly experimental and continuously responsive to changing consumer needs. Our recommendations are designed to take us in these directions — to be relevant to the changing world of the future."

The Council recommended in particular that the Minister of Consumer and Corporate Affairs consult with provincial authorities to effect this recommendation.

The Minister of Consumer and Corporate Affairs announced in the spring of 1972 the inauguration of a pilot program to provide store-front consumer help centres at Renfrew and Cornwall. Subsequent to that, in conjunction with the Department and with the Urban Studies Program at the University of Winnipeg, a similar centre was started in Winnipeg.

b) **Personal Bankruptcy**

In Toronto in May the Council approved a report on the question of personal bankruptcy and insolvency. This report was in response to a request from the previous Minister, the Honourable Ron Basford. At the April 1971 Council meeting he asked the Council to examine the recently issued *Report of the Federal Study Committee on Bankruptcy and Insolvency*. In particular, he asked that the Council examine from the point of view of overcommitted consumers the recommendations pertaining to personal bankruptcy contained in the Committee's report.

An *ad hoc* committee of the Council, under the chairmanship of Mr. George May, immediately began to outline the necessary research that was needed as back-

ground. In addition, his committee organized a half-day seminar on the problems of personal bankruptcy. This seminar held in conjunction with the September 1971 Council meeting in Vancouver provided essential background information that was used in drafting the final report.

In its final form the Council's report to the Minister contained three distinct sections.

The first dealt with the Council's comments on the Report of the Study Committee. In many cases the Council strongly endorsed the recommendations of the Study Committee; in other places it made further suggestions.

A second portion of the Council's report offered comments upon the program of public trustees for small debtors. The Minister in March of 1972 announced the establishment of public trustees for small debtors. Services of a public trustee would be available at a nominal fee for certain small debtors whose income and forms of debt (no business debts were allowed) permitted them to qualify for the service.

In a final portion of its report the Council noted that bankruptcy was the effect of, rather than the cause of, personal overcommitment. Accordingly, it addressed itself to the question of attacking the problem at its root causes.

1. *comments on the Report of the Study Committee and additional recommendations by the Consumer Council*

The Council found that the *Report of the Study Committee* and the recommendations contained therein were, in the main, enlightened and deserving of the highest commendation. At the same time, while many of the recommendations were attractive, the Council believed that some did not appear to provide complete answers to the problems being considered. Furthermore, in the opinion of the Council, there were some aspects that the Study Committee had not dealt with and they required consideration.

In all, the Council made some 33 specific recommendations or comments regarding the areas for revision and reform of Canadian bankruptcy legislation. In many instances, these recommendations were of a highly complex and detailed nature (a full summary list is appended as Appendix A in this Annual Report) and, as such, are not subject to easy summarization or paraphrasing. Precision, particularly in matters of legislation, is essential, and for most readers the general philosophical thrust of the recommendations is as important as the specific details.

The general nature of the Council's approach was clearly stated in the Foreword to its report —

" . . . it has become trite to say that we are living in a consumer credit society. But a society which has created and nurtured credit purchasing as a way of life of the vast mass of its citizens has a concurrent obligation to provide the avenue for respectable and meaningful recovery from the consequences of the inability to manage credit, its too easy extension, and the apparent hopelessness of overcommitment. Relief and rehabilitation of the insolvent consumer as a matter of right, should become the underlying philosophy of legislation."

The Council noted that bankruptcy legislation originally was designed to deal with financial problems of merchants and traders. The implicit assumption was that of a strong mercantile tradition with strict adherence to contractual and cus-

tomy rules of law. While for many years the legislation had included provision for dealing with the problems of individual debtors, there had been few adjustments made to the fabric of the legislation with the aim of accommodating the particular problems of personal bankruptcies.

The Council went on to comment —

“The need for further relief to be afforded the consumer bankrupt is enhanced by the inequitable treatment of individuals and corporations under the present *Act*. The corporation that is dissolved through bankruptcy ceases *ipso facto* to carry the inconveniences of that experience, and as a result of the limited liability rule of the corporate shell principle, shareholders and directors escape the disaster with limited damages to their solvency and reputation . . .

The individual who is not in business carries the personal hardship, stigma and embarrassment associated with bankruptcy. He is always regarded as being responsible for his over-indebtedness. Unexpected circumstances or market situations provide him with no excuse for his failure to pay . . . Nevertheless, it would appear necessary to lay down the principle that where a consumer debtor has reached a point where he or she qualifies for bankruptcy under the *Act*, then it is a question of right to ‘enjoy’ all the privileges and resources of the *Act*, and to be able to enjoy them as often as need be.”

The Council explained the rationale behind this statement by noting that the easier it is to become over-indebted through easy credit, the more it becomes necessary to give quick and easy relief to those who have reached the point of no return. In the Council’s opinion behind the *laissez-faire* of contractual rule was a requirement of communal self-criticism to determine where the system has caused the loss suffered by the consumer and to provide methods of relief. Two particular examples of Council recommendations will convey the essence of the approach and concern expressed in the Council’s Report. The Council recommended that the list of preferred creditors, those given preference in distribution of proceeds from the liquidation of the bankrupt’s estate or given preference under orderly payment of debt provisions, be extended to include payments of alimony and support and credits owed pensioners.

The Council differed with the recommendation of the Study Committee concerning property or wealth acquired after an individual has been declared bankrupt. Such wealth or property acquired either by inheritance, hard work, or chance should not be subject to seizure in payment of debt arising out of an earlier bankruptcy. As the Council stated:

“Bankruptcy should be regarded as the termination of an unfortunate situation which should not be perpetuated unduly, unless it is in the interest of the debtor. Barring fraud or deceitful transactions, property and assets earned after bankruptcy should, therefore, be exempt from earlier claims.”

2. *Small Debtors Program*

In March the Minister announced the inauguration of a program in the three major metropolitan areas of Canada that would provide low cost bankruptcies for personal debtors. This program was initiated in response to a finding of the Study Committee that all too frequently the high costs of a bankruptcy proceeding (\$600 or more) precluded a substantial number of people from “enjoying” the privileges of the *Act*. As one person commented, “you have to be rich to go bankrupt”. After carefully reviewing the announced provisions of the program, the Council offered several specific comments. The Council objected to the existence of the \$50 filing fee and contended that it was equivalent to an entry fee and thus repugnant to

the principal goal of rehabilitation and education of the debtor. Furthermore, the Council contended the revenue gained from such fees would "... barely make an impression on the administrative costs to be incurred by this (the Small Debtors Program) reform".

The Council also criticized the income constraints to be used in determining who can apply under the program. This, in the Council's opinion, was nothing more than a means test and contrary to the policy of the federal government. Private credit counselling groups had never applied such a rule. The Council held that:

"The debtor's need for assistance should be the overriding consideration in each case."

The Council restated its belief that the exemption of debts incurred by individuals while self-employed should not automatically exclude them from using the program. In commenting upon a similar exclusion applicable under the Orderly Payments of Debts provisions of the *Bankruptcy Act*, the Council stated in its report —

"... the Council sees no reason for such a restriction. Indeed, the debtor should be able to include all his debts in the arrangement in order to benefit fully from the rehabilitative procedure, there is no justification for discriminating about the source of the debt. As an alternative, the matter of including business debts in an arrangement could be regarded as a discretionary matter on the part of the administration of appropriate cases."

Finally, the Consumer Council noted that the program was limited to only the three largest cities in Canada and urged the Minister to expand the program nationwide without delay. (In December the new Minister, the Honourable Herb Gray, announced that the system would be made nationwide, effective the beginning of 1973.)

3. *the need for additional action by government*

In the final section of its report the Council stated —

"The Council is of the opinion that the rising number of personal bankruptcies and the acute need for reform of bankruptcy legislation are symptomatic of major problems facing a large number of Canadians. On the whole, one can safely state that the reform of the *Bankruptcy Act*, while of benefit to the nation, cannot be considered as the sum total of needed effort in dealing with the problem of personal indebtedness."

The report underscored that, in the opinion of the Council, the increasingly acute problem of the insolvent consumer is one area where the Department of Consumer and Corporate Affairs can and should play an important role. The Council held that it would be most desirable for the Department to act upon the fundamental causes of personal insolvency, "... whatever the ultimate economic policy of our society". Any policy which served to reduce the large magnitude of losses associated with insolvency would be a direct gain. The Council went on to comment that there were also important social consequences that stem from personal insolvency which deserve the attention of government —

"An attack on such a universal and important source of social stress would substantially help the improvement of the quality of life for all Canadians."

Towards the end of its report, the Council called for the development and dissemination of more information regarding bankruptcies, particularly about groups

and individuals that have suffered from insolvency. In reviewing the existing material the Council isolated three primary causes of insolvency. They were:

1. changed circumstances of the individual — sickness, unemployment, death of the principal wage earner
2. limited income
3. lack of knowledge on the sensible use of credit, on family budgeting and personal financial management.

The importance of each cause would vary depending upon the circumstances, but the unanimity of opinion as to their overall importance indicated to the Council where possible action might be taken by the government.

In the case of changed circumstances, the laws should afford quick, equitable and speedy relief. In the case of low income, the Council urged the government "... to support and implement programs that will serve to eliminate this problem ... for its solution will not only affect bankruptcies, but many other aspects of the nation's social and economic life".

With regard to the lack of knowledge on use of credit, budgeting techniques, etc., the Council urged the Minister to contribute help and financial assistance in order to improve and strengthen the existing credit counselling facilities in the Province of Alberta under the Debtor's Assistance Program and projected that a similar nationwide scheme, while expensive, would most likely "pay" for itself in terms of reduced frequencies of bankruptcies.

Finally, in the matter of garnishment of wages, the Council urged the Minister to make every effort to accelerate the adoption of a uniform set of provincial execution and garnishment laws that would properly complement the federal laws. The Council recommended that provincial governments consider favourably a system of debts review whereby a judge or court official such as a Registrar could be empowered to examine the debtor's circumstances before any garnishment proceedings could be taken.

The concluding paragraph of the Consumer Council's report summed up the expectation of the members when it said —

"The Council believes that adoption of the recommendations submitted by the Study Committee, together with our additional comments and recommendations, would result in an effective and useful reform of bankruptcy legislation affecting consumers in Canada, and that the adoption of our recommended program of financial counselling would make substantial strides towards reducing the occurrence of personal insolvency. The Council feels that such a program is needed and that, on the basis of its estimates, it can easily be justified both in economic and social terms."

c) Comments on the Broadcast Code for Advertising to Children

In November of 1971, the Canadian Association of Broadcasters in conjunction with the Canadian Advertising Advisory Board adopted a voluntary code for advertising directed to children. Given the increasing evidence of public concern about the deleterious aspects of prevalent advertising to children and mindful of its frequently expressed desire to foster effective self-regulation by all sectors of the country, the Council undertook a careful examination of the provisions of the Code. A committee of the Consumer Council, chaired by Miss Niquette Delage of Montreal, after carefully reviewing the provisions of the Code as well as other relevant literature, drafted a report which was adopted by the Council at its November meeting in Quebec City.

The Council began its report by noting that the Code itself raises a question as to its consistency in its own terms.

"On the one hand it is stated that 'implicit in the Code is the principle that manufacturers may use children's programs to advertise appropriate products and service', while on the other it is also recognized that 'children have not had an opportunity to develop a sense of discrimination and do not always separate the real world from the world of imagination. Most have little or no income and none can be expected to have a rational scale of economic values'. Given this statement, it will seem to many difficult to understand how one can justify advertising, the purpose of which is 'to encourage a purchase' when it is directed to individuals who admittedly have not developed a sense of discrimination nor do they have the income with which to make the purchases urged upon them."

The Council, however, while noting this apparent inconsistency directed its remarks to the specific provisions of the Code. It did, nevertheless, believe that the questions involving the merits and morality of advertising directed to children and the impact of such advertising upon children was worthy of more study.

The Council discussed the various alternatives available to deal with the problem of potentially undesirable consequences of advertising directed to children. They ranged from complete abolition of such advertising to placing the onus for constraints upon parents. The middle course, the Council noted, would involve subjecting such advertisements to a number of conditions which would serve to alleviate potentially unfavorable consequences. Such conditions could be voluntarily subscribed to or made mandatory by law. The former course is in practice today. The Council concluded:

"Whether this measure is sufficient . . . is as yet unsubstantiated. This is an area where the Consumer Council strongly recommends that research efforts should be directed."

With reference to the scope of the Code, the Council recommended that it be adopted and implemented by *all* advertisers, advertising agencies and segments of the media (i.e., print and display, and not just broadcast).

The Council endorsed the provision of the Code which specifically prohibits personalities or characters on children's programs from promoting products, premiums or services on their own programs. The Council, however, would like to see this prohibition extended to apply to all programs and not just the program on which the personalities or characters appear. As the Council's report stated:

"This principle should be extended to cover all paid endorsements by all personalities used in advertisements directed to children."

The Council in its report commented upon the administrative procedures for enforcement of the Code. The consultative service of the Children's Advertising Section of the Advertising Standards Council was endorsed as leading to prevention of offences rather than to the punishment of such transgressions. Where violations did occur, the Council felt that simple withdrawal of the offending commercial was insufficient. As a disincentive to future violations, the Council recommended that the names of the offending advertiser, the agency, the name of the medium, and a description of the offending commercial be widely publicized. It further recommended that a report of these offences should be sent to the Canadian Radio-Television Commission and the existing press councils.

The Council was acutely aware of the limited coverage of the Code. It noted that the four major metropolitan regions and other areas in Canada have easy access to U.S. programming sources and felt that the Code would be of limited effectiveness if American advertisers were not also subject to similar restrictions. The Council examined in detail the counterpart Code in the United States and found it to be less desirable than the Canadian one. This was particularly evident in the question of enforcement where no procedures existed. This disparity troubled the Council and it urged the Advertising Standards Council to consider the whole question on extraterritorial advertisements to children and to suggest measures that might be taken if such ads are in contravention of the Canadian Code.

In conclusion, the Council commented as follows:

"The Code has, in many respects, introduced into the industry new concepts for it to consider. More particularly, the Code recognizes such factors as the vulnerability of children to advertising . . . Adults, although to a lesser degree, are also vulnerable; they have financial limitations. For these reasons, the Consumer Council would urge the Advertising Standards Council to reconsider its general Code on Advertising and to incorporate into it the concepts and overall approach that has been followed for advertising to children."

II. PUBLIC CONFERENCE

The Consumer Council, since its inception in 1968, has from time to time organized conferences on various subjects of current consumer concern. The purpose of these public meetings has been threefold in nature. First, when the Council was asked to undertake or initiate study on a particular topic, the conference permitted acknowledged experts to present a variety of viewpoints to the Council members. Second, the insights gained from these conferences proved of inestimable value in indicating where additional research and study was necessary. Finally, by encouraging public participation, the Council was able to re-emphasize its fundamental interest in stimulating the dialogue and improving the welfare of all consumers. In addition, since these conferences were held in different places throughout the country, the Council could thereby demonstrate that, as a national body, it was aware of and interested in the problems of all regions.

In the past conferences were held in Montreal, Winnipeg and Vancouver dealing with the problems of misleading advertising, low income consumers and personal bankruptcy and insolvency respectively.

As an important part of the Council's work in responding to the request of the previous Minister to examine the position of the consumer in the operation of the self-governing professions, the Council held a one-day national conference in Quebec in November. The central theme was "The Consumer and the Self-Governing Professions". Quebec, in the eyes of the Council, was an excellent location for such a conference. The Chairman of the Council, Mr. Harold Buchwald, Q.C., in his opening address to the conference, remarked:

"This province — La Belle Province — has, perhaps, taken the most concrete steps of any in Canada to scrutinize the traditional status and *modus operandi* of the professions in our society and to present positive sources of revised patterns of conduct and behaviour. We find ourselves in an atmosphere here in Quebec City that for us as a Council must be both intellectually stimulating and philosophically challenging as we endeavour to find answers to the questions which present themselves in this important area of consumer concern."

In his address, Mr. Buchwald outlined the central questions involved in examining the quality of service provided, including the right of the consumer to fair value, to safety, and to information to enable him or her to make informed decisions. What provisions or guarantees did the consumer have for receiving effective redress or grievances? In cases where professional services were required, if not an absolute necessity, did the ethic of the professional fee deserve close scrutiny?

To answer these and other questions and to outline the central areas of controversy, three separate panel discussions were held. In each case a central speaker discussed a basic area of concern and the other participants presented comments and personal viewpoints.

Dr. Gilles Paquet, Carleton University, Ottawa, presented a paper discussing the availability and accessibility of professional services. Comments were offered by William Dyson, Executive Director of the Vanier Institute of the Family and by Dr. Raymond Robillard, a Montreal physician. A subsequent panel discussed the Qualifications for and Maintenance of Standards in the Self-Governing Professions. The principal speaker was Dr. David Solomon, McGill University, with comments offered by Abbé Gérard Dion of Laval University. The final panel dealing with the question of governance of the members of Professional Organizations centered on an address by Dean Harry Arthurs of Osgoode Hall Law School. Additional comments were offered by Mr. Marcel Cinq-Mars, a Montreal lawyer and Mr. Val Werier, a journalist from Winnipeg.

The discussions were informative, wide ranging and stimulating. The Council has, as a result of the conference, been able to clearly delineate those areas where its research will be concentrated. As the Vice-Chairman of the Council, Mrs. Claire L'Heureux-Dubé, Q.C., stated in her closing remarks:

"It has been a worthwhile day of discussions. By no means do we have all the answers but it has been a most important beginning."

The Council is compiling a transcript of the conference, and this will be sent to all participants and others who may be interested. The Council will continue to study the question of the consumer interest in self-governing professions.

III. THE RESEARCH ACTIVITIES OF THE COUNCIL

a) Regulatory Boards and Commissions

In April 1971, the then Minister, the Honourable Ron Basford, asked the Council to study the representation of the consumer interest in the wide range of government appointed regulatory boards, agencies, tribunals and commissions at all levels of government. A topic of such wide range required careful and deliberate study. Dr. Peter Pearse of Vancouver was appointed chairman of the Council's committee charged with directing the study. After having compiled a detailed list of all the possible organizations that could be considered as coming within the confines of the general topic, the Committee delineated four main areas of interest:

1. Regulatory Boards and Commissions
2. Product Marketing Boards dealing with specific goods
3. Licensed Professions
4. Government Monopolies

Given the limited resources available for research relative to the enormity of the task, the Council resolved to limit the research in any one year to only one of the four sub-topics.

Therefore, during 1972 the bulk of the Council's research effort was devoted to examining regulatory boards and commissions.

Several specific research projects were commissioned by Council to dovetail with other research undertaken by the Council's secretariat and supplemented by a sizeable number of summer students. Commissioned studies included:

- A study of the consumer interest on the activities of the Canadian Radio-Television Commission by Donald A. Dawson of McMaster University
- A study of transportation regulation and the Canadian Transport Commission by John McManus of Carleton University
- A study of regulatory commissions in five regional areas:
 British Columbia by William Stanbury of the University of British Columbia
 The Prairie Provinces by Gilbert Reschenthaler of the University of Alberta
 Ontario by John Palmer of the University of Western Ontario
 Quebec by David Cayne of McGill University
 The Maritime Provinces and Newfoundland by Paul Huber of Dalhousie University
- A study of consumer advocate legislation in the United States by Michael Trebilcock of the University of Toronto.

In each case, the person selected to do the research was chosen because of his known expertise and interest in the topic. The aim was to obtain research that was of a high quality, relevant and thoughtful. While many of the studies were extremely exhaustive and sometimes complex, as well, the insights gained from them have helped the Council immeasurably in the drafting of its report to the Minister.

The Council's permanent secretariat undertook an investigation of the consumer interest in the activities of the Tariff Board, the Anti-Dumping Tribunal and the Clothing and Textile Board.

A particularly outstanding piece of work was done by four second-year law students that were hired by the Council for the summer months. Their project involved the examination of alternative forms of institutionalized consumer representation in various jurisdictions. In particular, the students examined the concept of the ombudsman, commission staff witness, subsidized private counsel and consumer advocate. The outgrowth of their initial findings led to further research on the question of increasing direct consumer participation in the activities of independent regulatory commissions and tribunals. Their final report of almost 300 pages provided significant insights into some very basic problems of consumer representation. The Council decided that this student report, together with the other research papers, was of such quality and importance that they warranted a wider distribution than might normally be the case for Council study papers. Several hundred copies of each report were printed and are available upon request. (For a complete list, see Appendix B.)

b) *Other Research*

While the bulk of the Council's research efforts were directed to providing a rapid, complete and thorough response to the Minister's request, additional research on a variety of other topics was also undertaken.

Dr. R. M. A. Loyns of the University of Manitoba was commissioned to study and define what constitutes the "consumer's interest" as distinct from the "public interest" or the "producer's interest". This study grew out of an earlier study Dr. Loyns had done on the consumer interest and agricultural marketing boards.

In addition to the four law students previously mentioned, three students were hired by the Council for summer projects. One of these, M. Jacques Raymond of Sherbrooke University, was the winner of a summer internship sponsored by the American Marketing Association. Topics covered by the student research included:

- Consumers and Pensions
- Retail Facilities in Urban Cores
- Comparison of the proposed *Competition Act*, Bill C-256 and the *Report on Competition Policy* by the Economic Council of Canada
- The Necessary and Sufficient Conditions for Effective Self-Regulation

The Council was particularly interested in hiring summer students to do research. By this method the Council hopes to introduce bright and articulate people to the problems of consumerism. At the same time the hope is that they will find government work, and particularly government work in consumer affairs, interesting and rewarding. The number of students writing to the Council and asking for positions far exceed the Council's resources. While this assures the Council of a wide selection of the best students in Canada, it, at the same time, points out both the potential underutilized resources available as well as a rising interest in consumer problems.

IV. OTHER COUNCIL ACTIVITIES

The stream of activities in the Council included more than the drafting and promulgation of reports, the conducting of research and the holding of conferences.

The secretariat of the Council, in co-ordination with the Research Committee chaired by Professor W. A. W. Neilson and with the Council as a whole, is involved in planning new research projects. It is also concerned with conducting preliminary investigation of possible topics for Council consideration. There is, of course, the administrative tasks of overseeing the publication of reports, the logistics of Council meetings and the answering of inquiries concerning Council publications, research and activities.

In January, the Council Chairman; Ms. Maryon Brechin, a Council member from Toronto; and the Council's Executive Director attended a two-day conference at the University of Manitoba on Marketing Boards.

The Chairman, as part of the Council's efforts to expand the consumer-producer-supplier-government dialogue, gave a number of major addresses across the country. Among the groups he spoke to were the Consumers' Association of Canada Annual Convention in Vancouver, the University of Alberta School of Business Weekend Seminar in Banff, the Advertising and Sales Clubs of Winnipeg, Toronto, Montreal and Halifax, the Public Affairs Institute of Canada Spring Conference on Consumerism, and the Canadian Advertising Advisory Board's Fall Seminar on "Truth in Advertising".

Several times when the Chairman was unable to accept a speaking engagement, the Executive Director appeared in his stead. In his capacity as permanent director of research and chief of liaison between the Council, the Minister, the Department of Consumer and Corporate Affairs, and the business-public sector at large, the Executive Director attended consumer conferences in Toronto, Winnipeg, Vancouver, Stockholm and Washington. He also visited officials concerned with consumer affairs in each of the provincial capitals. There were two purposes for these visits — (a) to inform each government of the Council's activities, and (b) to ascertain what, in their eyes, were the areas where the Council might direct some of its activities.

STAFF

The Consumer Council is served by a secretariat located in Ottawa. In January of 1972, Dr. David Bond of Vancouver assumed the position of Executive Director. In March, Ms. Ellen Richardson joined the staff as a Research Associate, and Ms. Georgine Ulmer continued in the position of Executive Secretary.

FINANCIAL STATEMENT

January 1 to December 31, 1972

Salaries and Wages	\$ 43,823.00
Transportation and Communication	26,474.00
Information	5,236.00
Professional and Special Services	68,418.00
Rentals	231.00
Utilities, Materials and Supplies	4,562.00
Other	2,147.00
TOTAL	\$150,891.00

CANADIAN CONSUMER COUNCIL: TERMS OF REFERENCE

The following Terms of Reference were advanced by the then Minister of Consumer and Corporate Affairs in March, 1971, after consultation with the previous and the present Chairmen. They were adopted by the Consumer Council at its meeting on April 26, 1971.

1. The Canadian Consumer Council has been established in accordance with Section 7 of the Department of Consumer and Corporate Affairs Act which states: "The Governor-in-Council may establish a consumer advisory council to advise or assist the Minister or to perform such duties and functions as the Governor-in-Council may specify, and may fix the remuneration and expenses to be paid to the persons appointed as members thereof."
2. The Council shall report to the Minister on such matters as he may from time to time refer to the Council for advice and assistance in carrying out the duties of the Minister pursuant to Section 6 of the Department of Consumer and Corporate Affairs Act and such matters as the Council shall, in consultation with the Minister, see as advancing the interests of the consumer in the Canadian economy.
3. In the course of its work the Council may undertake studies, commission research, hold public meetings, and prepare reports and from time to time shall publish such reports and studies as it deems advisable after first having provided copies thereof to the Minister who may upon reasonable grounds advise the Council that publication is not in the public interest.
4. In carrying out the aforementioned terms of reference, the members of the Council, although sometimes chosen because of their membership in certain groups, will act as individuals drawing on their own experience, interest and wisdom in the consumer field, rather than as representatives of such groups.
5. In planning its program, the Council and the Department of Consumer and Corporate Affairs shall maintain close liaison to ensure that there is no overlap of endeavour and to ensure that the work of the Department and of the Council in carrying out the objections of Section 6 of the Act can be evaluated in the light of their contribution to the attainment of the Government's consumer affairs objectives, taking into account the fact that public funds provide for the budget of the Council as well as that of the Department.
6. As it is essentially an advisory body to the Minister, it would be inappropriate for the Council to become a member of another organization such as the International Organization of Consumers Unions.
7. The Council members shall be appointed by the Governor-in-Council for a period of two years, subject to renewal.
8. The Chairman of the Council shall be appointed by the Governor-in-Council to hold office during pleasure for a term not exceeding two years.

9. The Council members shall serve without remuneration, but shall be entitled to reasonable travelling and living expenses in connection with Council duties as authorized by the Governor-in-Council.
10. The Chairman shall be paid such remuneration and expenses as are authorized by the Governor-in-Council.
11. The Council may hire such additional staff as they deem necessary, subject to the limits of manpower ceilings and dollar resources approved in the Council's annual budget and in accordance with the Public Service Employment Act and Regulations.
12. The Council shall meet at least three times a year.

APPENDIX A

Recommendations From Adopted Council Reports, 1972

“Consumer Education For The Future”

The results of the C.A.A.E. Survey on Consumer Education and information available from other sources indicate:

1. That there is wide concern regarding the shortcomings of consumer courses in schools which appear to be inadequate and ineffective, and not sufficiently relevant to consumer needs.
2. That several of the consumer courses offered by school boards for adults, according to the survey, did not attract sufficient registrations to warrant the offering of these courses.
3. That consumer education programmes offered by voluntary agencies and citizen groups which emphasized co-operative learning and self-help techniques appeared to be more successful.
4. That for all groups (education institutions and community groups) there was a great lack of Canadian consumer information. Even when available, the knowledge as to how or where to secure it was unknown to course leaders.
5. That teachers need specific training for consumer courses and assistance in circulating and using resource material.

In view of these indications, the Council recommends that a new and more comprehensive approach be taken to consumer education in Canada, and that consumer education should be regarded as a process of learning in response to the expressed needs of consumers, rather than as a product offered by experts who define what consumers ought to know.

To facilitate the implementation of this recommendation, the Council recommends:

- I. That the Minister strengthen and broaden the operations of Box 99 to be a major consumer resource centre: that this be done in so far as is possible with the participation of consumer and business organizations and individuals to ensure that this resource centre is relevant to everyday consumer problems and fills the needs of teachers, leaders of citizen groups and individual consumers.

The establishment of a major consumer resource centre would be an important factor in fulfilling the mandate of the Department of Consumer and Corporate Affairs to be the focal point for consumers in the Federal Government. This would entail:

- (a) more staff and funds for Box 99 — for the development of information and resources, as well as dealing with consumer complaints,
- (b) close link with all Federal Departments, so the resource centre is the sole Federal outlet for *all* consumer information,
- (c) establishing offices in ground-floor premises easily available to citizens in major urban areas, and supplemented by telephone communication lines to distant points within major regions of the nation.

II. That the Minister seek the co-operation of Provincial Governments, especially that of ministers responsible for consumer affairs and ministers of education:

- (a) to encourage the use of resource centres by educational institutions, both students and teachers, and
- (b) to secure co-operation in the development of community resource centres across Canada. (Effort should be made to link these with other services such as legal aid, manpower, etc.)

The development of effective consumer resource centres would require:

- (i) consumer consultants, in addition to dealing with consumer complaints, to engage in field work, contacting and involving all organizations providing similar service, especially voluntary agencies,
- (ii) consumer consultants to develop close relationships with the media, especially facilitating community consumer T.V. programs,
- (iii) consumer consultants to encourage and assist in the development of smaller community centres throughout the province — linked by toll-free telephone to core organizations in Ottawa or in the other major urban centres.

III. That the Minister continue his efforts to make business more responsive to consumers so that consumer education in the widest sense may be directed predominantly to prevention rather than remedy, by:

- (a) encouraging voluntary disclosure of more information on products through labelling, etc.,
- (b) encouraging advertisers to be more responsive to consumers' needs for more relevant information on products and services,
- (c) supporting the efforts of business to become more aware of consumer problems and to engage in self-regulation,
- (d) supporting efforts within the government to secure wider public access to information in the government's possession which is relevant to consumers.

IV. That the Minister foster awareness by the media, especially T.V., of their role in educating consumers, and that funds be made available for national consumer television programs.

V. That the Minister continue to support the efforts of voluntary organizations and groups to supply consumer information, especially in their educational operations.

“Report on Personal Bankruptcy”

(In support of the recommendations of the Study Committee)

Bankruptcy Legislation

- 1. The Council supports the emphasis of the Study Committee on the concepts of equity, universality and social relevance.
- 2. The Council agrees with the recommendation that there should be no minimum amount of debts necessary to enable a person to enter into a voluntary bankruptcy.

3. The Council also agrees that in the case of an involuntary bankruptcy, the amount of debt that must be owed to the petitioning creditor (or creditors) should remain at one thousand dollars.
4. The Council welcomes (a) the prohibition imposed on a secured creditor to treat a petition in bankruptcy against his debtor as a deemed or technical default of payment in the absence of an actual default; (b) the obligation imposed on the secured creditor to prove both the value and validity of the security before he can claim possession and realize his security and, (c) the outlined procedures for establishing the value of a deficiency between the claims of a secured creditor and the proceeds obtained from the fact of taking possession or from the realization of the security.
5. The Council agrees with the Study Committee recommendation that the present after-acquired property provisions should be repealed.
6. The Council strongly supports the recommendation of the Study Committee concerning a stay of all proceedings against the debtor as soon as he proposes an arrangement.
7. The Council also fully supports the recommendations of the Study Committee relating to harsh, onerous and unconscionable transactions and to the disclaimer of executory contracts or leases.
8. The Council supports the recommendation of the Study Committee that while the term allowed for an arrangement (extension or consolidation) may not exceed three years it is necessary to provide conditions under which the debtor could be allowed to suspend his payments and to make up, at the end of the arrangement, the payments he has missed.

Credit Counselling

9. In agreement with the Study Committee, the Council urges the Department to contribute help and financial support in order to improve and strengthen the existing credit counselling facilities and to initiate more such programs.

(Additional Recommendations on the Problem of Consumer Insolvencies and Bankruptcy)

Bankruptcy Legislation

1. The Council recommends more detailed analysis of consumer insolvency and bankruptcy situations in order to determine cause and effect relationships.
2. The Council considers that the federal jurisdiction over bankruptcy justifies the determination of properties and assets that would be exempt from seizure in bankruptcy procedures over and above the exemptions established by the provinces.
3. The Council recommends that serious consideration be given to the possibility of exempting from seizure in bankruptcy proceedings all personal and household effects and belongings, the basic tools of trade of the bankrupt and his homestead or principal residence, subject to the possible exception of the vendor's lien or privilege in this last instance.

4. The same principles that justify exemption from seizure and sale with respect to unsecured creditors are, in the Council's view, equally applicable with respect to secured creditors.
5. The vendor of a house who remains a secured creditor with respect to the sale price should be protected from suffering the consequences if the purchaser petitions for bankruptcy. The Council recommends that serious consideration be given to the possibility of having the Central Mortgage and Housing Corporation (or other similar body) intervene in such circumstances to guarantee the reimbursement of the claim of the vendor just as it guarantees the reimbursement of first secured loans by institutions.
6. The Council recommends that in bankruptcy and rehabilitation procedures a new category of preferred creditors be added to the list: alimony pension creditors.
7. The Council recommends that security obtained through a floating charge or general security should not be available to a trustee in bankruptcy or enforceable in insolvency proceedings.
8. Where consolidation, extension or composition is concerned, the Council recommends that any security taken by a creditor to secure new advances or credit to a small debt, other than property purchased with that credit, should be void against creditors' remedies.
9. The Council suggests that creditors who have a security over the immoveable property of a small debtor should not be able to realize their security where two-thirds of the principal amount has been paid.
10. Unlike the Study Committee, the Council believes that sudden and unexpected wealth arising after a bankruptcy (such as inheritance, or earnings at a lottery) should be exempt from the trustee's and creditor's reach.
11. The Council disagrees with the Study Committee recommendation that the Court be given the power to annul a release of debts arising from a bankruptcy that follows within five years of a previous bankruptcy. The Council considers that potential abuses should be corrected not by civil measures that revive the pre-bankruptcy situation, but by penal or criminal procedures designed to prevent abuses and fraud. Being a matter of right, bankruptcy should be made available to debtors as often as it is needed, without punitive measures of a civil nature.
12. The Council strongly recommends the universal application of Part X.
13. The Council recommends that the ceiling on debts allowed under Part X without the creditors consent should be removed.
14. The Council does not see any reason for the exclusion of business self-employed debts in an arrangement under Part X. The Council recommends that the debtor be able to include all his debts in the arrangement in order to benefit fully from the rehabilitation procedure.
15. The Council feels that public debt should be included in Part X extensions.
16. With respect to unconscionable transactions and contracts, the Council suggests that a court official be given discretionary power to allow relief from such transactions or contracts.

17. Where a creditor can prove that a proposed consolidation is not in the best interest of the creditors, the Council feels that automatic bankruptcy suggested by the Study Committee may not be the best solution. The Council recommends that in such a case, creditors be allowed to take whatever course of action they consider appropriate.
18. In view of the heavy burden placed upon a debtor by an arrangement, the Council recommends that:
 - (1) the use of Part X be entirely voluntary;
 - (2) the debtor be given the right to apply for bankruptcy at any time;
 - (3) one default should not result in the loss of the protection afforded by Part X, and
 - (4) the court should, in the event of default of one payment, have the power to arrange for Part X payments to be deducted at the source of income of the debtor.
19. The Council does not agree with the Study Committee recommendation that creditors who extend credit less than 60 days prior to the debtor's petition for an arrangement should be able to enforce their security. The Council recommends that the 60 day reservation be dropped.
20. The Council believes that in an arrangement by way of extension, the enforcement of all security over moveables should be suspended and debts due to secured creditors be rescheduled over the three year period as with other creditors. On the other hand, should default occur during this period, the normal remedies of creditors will revive, including the secured creditor's right to enforce his security.
21. The Council has come to the conclusion that there is an even stronger case for adopting a similar approach with security over immoveables.
22. The Council considers that, as with an extension, a secured creditor's rights should be "frozen" in a composition, and he should file in the composition and receive a dividend in the composition like other creditors.
23. The Council recommends that in the case of a composition a debtor may apply to the court for an order preventing enforcement of an immoveable security while he adheres to the terms of the composition. The deferred payments would be added to the end of the term of the secured debt which would fully revive once the composition terminated.
24. It would appear to the Council that whatever measures are available should be taken to discourage a debtor from adopting the practice of acquiring new creditors if he is to benefit from the rehabilitation procedure. Perhaps penal or quasi-criminal offences should be introduced as a deterrent.
25. The Council considers that once a debtor has created after-acquired debts which he is unable to pay out of the non-seizable portion of his income, then the objective of an arrangement either of extension or composition has failed, and there is no alternative but to treat it as at an end.

Small Debtors Programme

26. The Council recommends that the proposed filing fee of \$50 be removed.

27. The Council feels that the use of income criterion in the small debtors programme is unduly restrictive. The debtor's need for assistance should be the over-riding consideration in each case.
28. The Council believes that a debtor should be able to include debts incurred while self-employed in bankruptcy proceedings under the small debtors programme.
29. The Council strongly recommends that the small debtors programme be extended to cover the whole population as soon as administratively feasible.

Provincial Initiative and Co-operation

30. The Council strongly recommends that every effort be made to accelerate the preparation and adoption of a uniform set of provincial execution and garnishment laws that will properly compliment the federal laws.
31. The Council strongly recommends that provincial governments be urged to consider favourably (failing abolition of wage garnishments) a system of debts review whereby a judge or court official such as a Registrar be empowered to examine the debtor's circumstances *before* any garnishment proceedings may be taken. He would have to be satisfied before an order is granted that the debtor is able to make a payment from his earnings. Such a system is presently in operation in the United Kingdom under the *Attachment of Earnings Act 1971* and deserves serious study in Canada.
32. The Council strongly recommends that any revised *Bankruptcy Act* clearly provide that where an application has been made by a debtor for relief under one of the three schemes, all further execution and garnishment proceedings under provincial law should be stayed pending the disposition of the federal proceedings.

"Comments on The Canadian Association of Broadcasters' Broadcast Code For Advertising To Children"

1. The Consumer Council strongly recommends that research efforts be directed towards a study of the effectiveness of the Code in mitigating adverse consequences of advertising to children.
2. Subject to some reservations, as noted, the Consumer Council recommends that the principle and substance of the Code be adopted and implemented by all segments of the media.
3. The Consumer Council recommends that that part of the Code which reads "The personalities or characters on children's programs shall not be used to promote products, premiums, or services, *on their own programs*", be changed to "*on any programs*".
4. The Consumer Council believes that not only graphic illustrations but oral presentations of product limitations should be included in commercials. Disclaimers should be at a minimum and where necessary should be expressed in simple language.
5. The Consumer Council recommends that all advertisements for products catering to health and personal needs be prohibited in advertising directed to children.

6. As a disincentive to violations of the Code, the Consumer Council recommends that the names of the advertiser, the agency, and a description of the offending commercial be widely publicized.
7. The Consumer Council urges that the time for compliance be reviewed and that subsequent to January 1, 1973, advertisers be required to file a written statement with the Standards Council of why they feel they should have an extension on compliance.
8. The Consumer Council encourages the Advertising Standards Council to consider the question of extraterritorial advertisements and to recommend measures that might be taken if such ads are in contravention of the Canadian Code.
9. The Consumer Council recommends that many of the concepts applied in the advertising code to children be adopted for the general Code on Advertising.

APPENDIX B

PUBLICATIONS OF THE CANADIAN CONSUMER COUNCIL 1968-72

A. Reports Submitted to the Minister of Consumer and Corporate Affairs, Canada

- * Consumer Credit, 1969
- * Referral Selling, 1970
- * Removal of Sales Tax on Margarine, 1970
- * Combines Policy and Combines Legislation, 1970
- * Hearing Aids, 1970
- * Misleading Advertising, 1971
- * Report on Consumer Education for the Future, 1972
- * Report on Personal Bankruptcy, 1972
- * Comments on The Canadian Association of Broadcasters' Broadcast Code for Advertising to Children, 1972
- * First Annual Report, 1969
- * Second Annual Report, 1970
- * Third Annual Report, 1971
- * Fourth Annual Report, 1972

B. Working Papers of the Canadian Consumer Council

The Council, from time to time, publishes some of its working papers which, in the opinion of the Council, would be of interest to consumers and the public.

- * David Burgoyne, *A List of Recommendations from Various Royal Commissions, Senate/Commons Hearings and Briefs of Other Agencies Concerning Consumers Which Have Not Been Satisfied by Action Taken.*
- * Canadian Association of Adult Education, *Survey of Consumer Education in Canada.*
- * Frederick Rowell, *Deceptive and Unethical Selling Practices.*
 Ronald I. Cohen, *Regulation of Misleading Advertising in Canada: A Comparative Approach.*
 Kenneth Rubin, *Consumer Action By The Poor: A Social Study of Food Store Projects and Food Aid Alternatives.*
 Fédération des Associations Coopératives d'Economie Familiale, *Selected Analysis of Consumer Credit Cases, Their Problems and Subsequent Action.*
- * Edward Belobaba, Jack Berkow, Marc Denhez, Ellen Macdonald, *On The Question of Consumer Advocacy — A Working Paper.*
 C. Lloyd Brown-John, *The Canadian Transport Commission Experiment.*
- * David R. Cayne, *Consumer Representation Before Quebec Regulatory Boards.*

* Copies are available from the Consumer Council office.

- * Donald A. Dawson, *The Canadian Radio-Television Commission and the Consumer Interest.*
- * John C. McManus, *Federal Regulation of Transport in Canada.*
- * John Palmer, *Landlord-Tenant Advisory Bureaus in Ontario.*
- * John Palmer, *Taxation by Regulation? The Experience of Ontario Trucking Regulation.*
- * John Palmer, *Emperically Testing the Effects of Provincial Trucking Regulation: A Further Analysis.*
- * John Palmer and John Erkkila, *The Ontario Municipal Board: A Study of the Resolution of Conflicts Between Private and Social Welfare Functions.*
- * John Palmer and John Erkkila, *The Role of the Consumer in Affecting the Decisions of the Hydro-Electric Power Commission of Ontario.*
- * Gilbert B. Reschenthaler, *The Performance of Selected Independent Regulatory Commissions in Alberta, Saskatchewan and Manitoba.*
- * Ellen Richardson, *Consumer Interest Representation, Three Case Studies: I. The Tariff Board, II. The Anti-Dumping Tribunal, III. The Textile and Clothing Board.*
- * Michael Trebilcock, *The Case For A Consumer Advocate.*
Interim Report on Low Income Consumer Problems.
- * Transcript of the Winnipeg Consumer Forum, 1970.
- * Transcript of the Symposium on Misleading Advertising, Montreal, 1970.
Transcript of the Seminar on Consumer Bankruptcy, Vancouver, 1971.
- * Transcript of the Seminar on The Consumer Interest and the Self-Governing Professions, Quebec, 1972.
- * Copies are available from the Consumer Council office.

- C. Lloyd Brown-John, *L'Expérience de la Commission Canadienne des Transports*
- †* David R. Cayne, *Représentation des Consommateurs devant les Conseils de Réglementation du Québec*
- †* Donald A. Dawson, *L'intérêt du Consommateur dans l'Optique du Conseil de la Radio-Télévision Canadienne*
- †* John C. McManus, *Réglementation Fédérale des Transports au Canada*
- †* John Palmer, *Bureaux Consultatifs de l'Ontario en Matière de Relations Propriétaires - Locataires*
- †* John Palmer, *Imposition par la Réglementation? L'Expérience de la Réglementation du Camionnage dans l'Ontario*
- †* John Palmer, *Vérification Empirique de l'Incidence de la Réglementation Provinciale du Camionnage: Analyse Complémentaire*
- †* John Palmer et John Erkkilä, *Le Conseil Municipal de l'Ontario: Etude de la Résolution des Conflits Entre les Activités Privées et Publiques en Matière de Bien-Être*
- †* John Palmer et John Erkkilä, *Le Rôle du Consommateur en tant qu'il Influence les Décisions de la Commission de l'Hydro-Electricité de l'Ontario*
- †* Gilbert B. Reschenhaler, *Fonctionnement de Certaines Commissions de Réglementation Indépendantes de l'Alberta, de la Saskatchewan et du Manitoba*
- †* Ellen Richardson, *Représentation des Intérêts du Consommateur, Trois Etudes de Cas: I. La Commission du Tarif, II. Le Tribunal Antidumping, III. Le Conseil du Textile et du Vêtement*
- †* Michael Trebilcock, *Plaidoyer en Faveur d'un Porte-Parole des Consommateurs*
- †* Rapport Provisoire sur les Problèmes du Consommateur à Faible Revenu
- †* Transcription de la Tribune de la Consommation de Winnipeg, 1970
- †* Transcription du Symposium sur la Publicité Trompeuse, Montréal, 1970
- †* Transcription du Colloque sur la Faillite, Vancouver, 1971
- * Transcription du Colloque sur l'Intérêt du Consommateur et les Professions Autonomes, Québec, 1972
- * Des exemplaires sont disponibles aux bureaux du Conseil à Ottawa.
- † Anglais seulement.

ANNEXE B

PUBLICATION DU CONSEIL CANADIEN DE LA CONSOMMATION

1968-72

A. Rapports soumis au Ministre Fédéral de la Consommation et des Corporations

- * Crédit à la Consommation, 1969
- * Ventes par Recommandation, 1970
- * Suppression de la taxe de vente sur la margarine, 1970
- * Politique de concurrence et législation relative aux coalitions, 1970
- * Appareils auditifs, 1970
- * Publicité trompeuse, 1971
- * Information du consommateur: Perspective d'Avenir, 1972
- * Rapport sur la Faillite Personnelle, 1972
- * Observations sur le Code de la Publicité Destinée aux Enfants de l'Asso-
ciation Canadienne des Radiodiffuseurs, 1972
- * Premier Rapport Annuel, 1969
- * Deuxième Rapport Annuel, 1970
- * Troisième Rapport Annuel, 1971
- * Quatrième Rapport Annuel, 1972

B.

Documents de travail du Conseil Canadien de la Consommation

- Le Conseil publie, de temps à autre, certains de ses documents de travail qui, à son avis, pourraient présenter un intérêt pour le public consommateur.
- * David Burgoyne, *Liste de Recommandations Portant sur des Consomma-
teurs Insatisfaits des Mesures Prises à Leur Égard et Provenant de Diverses
Commissions Royales, Audiences du Sénat ou des Communes et Mémoires
d'Autres Organismes.*
- * Société canadienne d'éducation des adultes, *Une étude sur l'éducation du
consommateur*
- *† Frederick Rowell, *Pratiques Commerciales Trompeuses et Amorales*
- † Ronald I. Cohen, *Réglementation de la Publicité Trompeuse au Canada,
Etude Comparative*
- Kenneth Rubin, *Action Sociale des Consommateurs Pauvres: Aspects
Sociaux de Diverses Initiatives d'Aide Alimentaire, Notamment les Comp-
toirs d'Alimentation*
- Fédération des Associations Coopératives d'Economie Familiale, *Analyse
Choisie de Cas de Crédit à la Consommation, Leurs Problèmes et Action
Consécutives*
- *† Edward Belobaba, Jack Berkow, Marc Denhez, Ellen Macdonald, *Sur la
Question de la Défense des Consommateurs: Document de Travail*
- * Des exemplaires sont disponibles aux bureaux du Conseil à Ottawa.
- † Anglais seulement.

3. Le Conseil Canadien de la Consommation recommande que l'article du Code qui dit: « Les vedettes ou personnages de programmes pour enfants ne seront pas utilisées pour faire la publicité de produits, de primes, ou de services à l'intérieur de leurs propres programmes », soit modifiée de manière à ce que l'interdiction s'étende à « tous les programmes ».
4. Le Conseil Canadien de la Consommation estime qu'une illustration graphique est insuffisante, et qu'une déclaration portant sur les limites d'un produit doit être intégrée au commercial. Il faudrait éviter, autant que faire se peut, de recourir à un message présenté à l'écran, message constituant une mise en garde à toute fin pratique; mais, si cela s'avérait nécessaire, les messages en question devraient être transmis le plus simplement du monde!
5. Le Conseil Canadien de la Consommation recommande que toute publicité portant sur les produits destinés à la protection de la santé ou à l'hygiène personnelle soit interdite.
6. Le Conseil Canadien de la Consommation recommande que les noms de la compagnie, de l'agence, des média, ainsi que la description de l'annonce télévisée fautive soient publiés abondamment à titre de sanction supplémentaire, et que toute annonce contrevenant au Code soit retirée complètement.
7. Le Conseil Canadien de la Consommation recommande que la date d'entrée en vigueur soit revue, et qu'après le 1^{er} janvier 1973, les annonceurs soient tenus de soumettre au Conseil des Normes un exposé des raisons pour lesquelles ils croient avoir droit à un sursis.
8. Le Conseil Canadien de la Consommation engage le Conseil des Normes de la Publicité à étudier le problème causé par la publicité en provenance des postes outre-frontière, et à recommander les mesures appropriées lorsque des commerciaux contreviennent aux dispositions du Code de la publicité télévisée aux enfants.
9. Le Conseil Canadien de la Consommation recommande que plusieurs des concepts qui ont été adoptés par le *Code de la Publicité Télévisée Destinée aux Enfants* soient intégrés dans le Code Canadien de la Publicité.

24. Il paraît au Conseil qu'il est primordial que toute mesure possible devrait être prise pour décourager le débiteur d'adopter la pratique d'acquiescer de nouveaux créanciers, s'il est pour tirer le meilleur profit du programme de réhabilitation.
25. Le Conseil considère que lorsqu'un débiteur s'est créé de nouvelles dettes qu'il ne peut payer avec la partie non-saisissable de son salaire, alors le but de l'arrangement, soit sous forme de libération ou de concordat, est tout-à-fait anéanti, et il n'y a plus de choix que de traiter toute l'affaire comme étant finie.

Le Programme du Petit Débiteur

26. Le Conseil recommande que les frais d'admission proposés doivent être éliminés.
27. Le Conseil sent que les restrictions sur le revenu en déterminant qui peut se servir du programme sont trop sévères. Le besoin d'aide du débiteur devrait avoir une considération primordiale dans chaque cas.
28. Le Conseil croit que les dettes encourues durant un emploi à son propre compte devraient être incluses dans tout programme de réhabilitation.
29. Le Conseil recommande fortement que le programme du petit débiteur soit élargi afin de couvrir toute la population aussitôt que c'est administrativement possible, de peur qu'il y ait discrimination de cette situation inégale.

Initiative et Coopération Provinciale

30. Le Conseil recommande fortement que tout effort devrait être fait afin d'accélérer la préparation et l'adoption d'un ensemble uniforme de lois provinciales sur la saisie et l'exécution de saisie qui complèteront les lois fédérales.
31. Le Conseil recommande fortement que les gouvernements provinciaux devraient être encouragés à considérer favorablement (s'il n'y a pas d'abolition sur la loi de saisie sur le salaire) un système de révision de dettes par lequel un juge ou un employé de la Cour, tel un greffier, aurait le pouvoir d'examiner les circonstances entourant le débiteur avant que soit décrété une ordonnance, puisse être prise. Il devra être satisfait, avant que soit décrété une ordonnance, que le débiteur peut effectuer son paiement avec son salaire. Un tel système est présentement en opération en Angleterre sous l'*Attachment of Earnings Act, 1971* et mérite une étude sérieuse ici au Canada.
32. Le Conseil recommande fortement que toute révision de loi sur la faillite pourvoie clairement que lorsqu'un débiteur fait application pour obtenir du secours sous un des trois programmes toute procédure de saisie sous la loi provinciale devrait être arrêtée en attendant la façon dont procédera le Fédéral.

Commentaires sur le Code de la Publicité Télévisée Destinée aux Enfants de l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs.

1. Le Conseil Canadien de la Consommation recommande que tout effort de recherche soit axé sur une étude visant à réduire les conséquences néfastes possibles de la publicité destinée aux enfants.
2. En dépit de certaines réserves exprimées par le Conseil Canadien de la Consommation, sa prochaine recommandation est à l'effet que les principes énoncés dans le Code soient adoptés et mis en application par tous les milieux de la société.

14. Le Conseil ne voit aucun motif pour éliminer les dettes d'affaires ou d'emploi personnel d'un arrangement sous la partie X. Par conséquent, le Conseil recommande que le débiteur puisse inclure toutes ses dettes dans un arrangement afin qu'il puisse bénéficier pleinement de la procédure de réhabilitation.
15. Le Conseil croit que toute dette publique devrait faire partie de la libération sous la Partie X.
16. En ce qui concerne des transactions déraisonnables, et le désistement de contrats, le Conseil suggère qu'un officier de la cour puisse, à sa discrétion, permettre un désistement de telles transactions ou de tels contrats.
17. Au cas où un créancier peut prouver qu'une consolidation proposée n'est pas dans le meilleur intérêt des créanciers le Conseil sent que l'idée de faillite automatique suggérée par le Comité d'Étude n'est peut-être pas la meilleure solution. Le Conseil recommande que, dans un tel cas, les créanciers puissent prendre l'action la plus appropriée.
18. Devant la lourde charge placée sur le débiteur par l'arrangement, le Conseil recommande que :
 - (1) usage de la Partie X soit entièrement volontaire;
 - (2) le débiteur doit avoir le droit de déclarer faillite en tout temps;
 - (3) lors d'un seul défaut de paiement, il ne doit pas y avoir perte de protection sous la Partie X, et
 - (4) le Tribunal puisse, lors d'un défaut de paiement, avoir le pouvoir de faire déduire les paiements à la source de revenue du débiteur.
19. Le Conseil est nullement d'accord avec la recommandation du Comité d'Étude que les créanciers, qui permettent du crédit dans les jours précédant la demande des créanciers pour un arrangement puissent être capables de renforcir leur sécurité. Le Conseil recommande que les 60 jours de réserve soient abolis.
20. Le Conseil croit que dans un arrangement par attermoiement, l'application de toute garantie sur les effets mobiliers devrait être suspendue et que les dettes dues aux créanciers soient réparties sur une période de trois ans comme avec les autres créanciers. D'autre part, si un manque d'engagement se produit durant cette période, le remède normal des créanciers reprendra vie, y inclus le droit du créancier garanti de mettre en vigueur sa garantie.
21. Le Conseil en est venu à la conclusion que la cause est encore plus forte pour adopter une façon d'approche semblable avec la garantie sur les effets immobiliers.
22. Le Conseil considère que, comme avec un attermoiement, les droits du créancier garanti devraient être «gelés» dans un concordat, et il devrait porter requête dans le concordat et recevoir une dividende dans le concordat, tout comme un autre créancier.
23. Le Conseil recommande alors que, dans le cas d'un concordat un débiteur peut faire requête au tribunal pour un ordre prévenant qu'une garantie immobilière soit mise en vigueur pendant qu'il s'en tient aux termes du concordat. Les paiements en retard seraient ajoutés au terme de la date garantie et reprendraient vigueur à la fin du concordat.

dans les procédures de la faillite, outre les exemptions établies par les provinces.

3. Le Conseil recommande qu'une considération sérieuse soit donnée à la possibilité d'exempter de la saisie durant la faillite tout effet ou possession personnelle ou de ménage, tout outil de base servant au métier de l'individu en faillite et sa résidence principale, quoique sujette à l'exception possible du privilège ou lien du marchand impayé.

4. Les mêmes principes qui justifient l'exemption de saisie et de vente en vue des créanciers non-garantis sont, au point de vue du Conseil, également applicables aux créanciers garantis.

5. Celui qui vendant une maison demeure un créancier garanti par rapport au prix de vente devrait être protégé contre tout dommage monétaire causé par le fait que l'acheteur fasse faillite. Le Conseil recommande qu'une attention spéciale soit accordée à la possibilité d'une intervention de la part de la Société Centrale d'Hypothèques et de Logement (ou toute autre société semblable) dans de telles circonstances afin de garantir au vendeur le remboursement de la balance due de la même façon qu'elle garantie le remboursement des premières hypothèques aux institutions.
6. Le Conseil recommande qu'une nouvelle catégorie de créanciers préférés soient ajoutée à la liste: créanciers de pension alimentaire et de pension de retraite. Cette préférence serait applicable aussi bien en procédures de faillite qu'en procédures de réhabilitation.
7. Le Conseil recommande qu'une sécurité obtenue par une charge flottante ou une garantie générale ne devrait jamais être disponible au syndic de la faillite ou être servie en procédures d'insolvabilité.
8. Pour ce qui concerne la consolidation par moyens d'atémoiement ou de composition, le Conseil recommande que toute sécurité prise par un créancier afin de s'assurer une avance de crédit à un petit débiteur (autre que tout bien acquis avec ce nouveau crédit) devrait être nul auprès des créanciers sous un tel atémoiement ou composition.
9. Le Conseil suggère qu'il devrait être établi que là où un créancier détient une sûreté réelle immobilière il ne devrait pas pouvoir s'en prévaloir, si le débiteur a déjà payé au moins les deux tiers de la dette.
10. Contraire au Comité d'Etude, le Conseil croit que toute fortune inattendue et imprévisible survenant après la faillite (tel qu'un héritage ou une lotterie) devrait aussi être exemptée de la portée du syndic ou des créanciers.
11. Le Conseil est contre la recommandation du Comité d'Etude que le tribunal ait le pouvoir d'annuler la libération des dettes obtenues à la suite d'une faillite qui s'est produite moins de cinq ans après une autre faillite. Le Conseil considère que les abus possibles devraient être corrigés non pas par des procédures civiles qui ressuscitent la situation d'avant-faillite, mais par des procédures criminelles instaurées afin de prévenir tout abus ou toute supercherie. Etant un droit, la faillite devrait être disponible à un débiteur aussi souvent que le besoin se présente sans mesures de sanction civile.
12. Le Conseil recommande fortement l'application universelle de la partie 8.
13. Le Conseil recommande que la limite des dettes permise sous la Partie X soit enlevée.

2. Le Conseil est d'accord avec la recommandation qu'il ne devrait pas y avoir de montant minimum de dettes pour permettre à une personne de se déclarer en faillite.

3. Le Conseil appuie également la recommandation que dans le cas d'une faillite involontaire, le montant de la dette dû au(x) créateur(s) requérant(s) devrait demeurer à mille dollars.

4. Le Conseil accueille favorablement (a) l'interdiction imposée au créancier garanti dans le traitement d'une requête de la faillite contre son débiteur comme à défaut de paiement technique devant l'absence de défaut actuel; (b) l'obligation imposée sur les créanciers garantis afin de prouver autant la valeur et la validité de la sécurité avant qu'il puisse réclamer possession et réaliser sa sécurité, et (c) les procédures tracées pour établir la valeur de la déficience entre la réclamation du créancier garanti et les bénéfices obtenus en prenant possession ou en réalisant la sécurité.

5. Le Conseil est d'accord avec la recommandation du Comité d'Étude que les dispositions prises au sujet de tout bien acquis par le débiteur après sa faillite devraient être enlevées totalement.

6. Le Conseil supporte fortement la recommandation du Comité d'Étude au sujet d'une suspension immédiate de toutes les procédures contre le débiteur aussi-tôt que celui-ci présenterait la proposition concordataire.

7. Le Conseil supporte aussi pleinement les recommandations du Comité d'Étude relativement aux transactions sévères, accablantes et déraisonnables et au désistement de contrats ou baux exécutifs.

8. Le Conseil supporte la recommandation du Comité d'Étude que, même si le temps alloué pour un arrangement (libération ou consolidation) ne peut dépasser trois ans, il est nécessaire toutefois de prévoir des conditions sous lesquelles un débiteur peut être autorisé à reporter, à l'expiration du délai prévu pour l'arrangement, les paiements qu'il n'a pu faire en temps voulu.

Services Conseillers

9. En accord avec le Comité d'Étude, le Conseil encourage le Ministère à continuer son aide et son soutien financier afin d'améliorer et renforcer les facultés des services conseillers sur le crédit, déjà existants, et d'initier d'autres programmes de la sorte.

(Propositions complémentaires du Conseil au Rapport du Comité d'Étude au sujet des problèmes d'insolvabilité et de faillites des consommateurs)

Législation sur la Faillite

1. Le Conseil recommande une analyse plus détaillée des cas d'insolvabilité et de faillites des consommateurs pour déterminer l'interdépendance entre les causes et résultats.

2. Le Conseil considère que la juridiction fédérale en matière de faillite justifie la détermination des propriétés et possessions que feraient exception à la saisie

II. Que le Ministre s'assure la collaboration des gouvernements provinciaux, notamment des Ministres responsables des questions de consommation et de l'éducation aux fins :

- (a) d'encourager les maisons d'enseignement — élèves autant que professeurs — à recourir aux services offerts par le centre, et
- (b) de s'assurer une collaboration en vue de la création de centres d'information communautaires dans tout le pays. (Il faudrait s'efforcer de créer des liens entre ces centres et les services d'aide judiciaire, les centres de main-d'oeuvre, etc.)

Pour établir des centres d'aide aux consommateurs, il faudrait :

- (i) que les experts-conseils en consommation, en plus de l'étude des plaintes des consommateurs, s'occupent aussi de pressentir les organisations qui offrent des services analogues, les organismes bénévoles notamment, en vue d'obtenir leur collaboration,

- (ii) que les experts-conseils établissent des liens étroits avec les médias, notamment en vue d'émissions de télévision intéressant les consommateurs de l'endroit,

- (iii) enfin, qu'ils encouragent la formation de petits centres au niveau des collectivités dans toute la province — il serait utile que ces centres soient reliés par un réseau téléphonique leur permettant d'appeler gratuitement les organisations centrales à Ottawa et dans d'autres grandes villes.

III. Que le Ministre poursuive ses efforts pour sensibiliser les entreprises aux besoins des consommateurs afin que l'éducation et l'information du consommateur, au sens le plus large, soit préventive plutôt que curative :

- (a) en encourageant les entreprises à fournir d'elles-mêmes plus de renseignements sur les étiquettes des produits,
- (b) en encourageant les annonceurs à améliorer la teneur des renseignements qu'ils fournissent au sujet de leurs produits et services, en fonction des besoins des consommateurs,
- (c) en aidant les entreprises à prendre mieux conscience des difficultés du consommateur et à s'imposer une certaine autoréglementation,
- (d) en appuyant les efforts au sein du gouvernement visant à assurer une plus grande diffusion des renseignements d'intérêt public dont les services disposent.

IV. Que le Ministre encourage les médias, la télévision notamment, à prendre de plus en plus conscience de leur rôle d'informateurs auprès du consommateur et que des fonds soient prévus pour la réalisation d'émissions nationales de télévision sur la consommation.

V. Que le Ministre continue à secondar les efforts des organismes bénévoles et des associations de consommateurs, notamment dans le domaine de l'information et l'éducation du consommateur.

Rapport sur la Faillite Personnelle

(En faveur des recommandations du Comité d'Etude)

Législation sur la Faillite

I. Le Conseil est en faveur de l'accent appuyé par le Comité d'Etude sur les concepts d'équité, d'universalité et de rapport social.

ANNEXE A

Liste de Recommandations provenant de Rapports du Conseil Adoptés durant 1972

Information du Consommateur: Perspectives d'Avenir

Voici ce qui ressort des constatations de l'enquête effectuée par l'Association Canadienne d'Éducation des Adultes au sujet de l'information du Consommateur et de certains renseignements provenant d'autres sources:

1. Le public se rend compte que les cours sur la consommation offerts dans les écoles manquent de pertinence et d'utilité et ne correspondent pas aux besoins réels du public.

2. Parmi les cours sur la consommation organisés par les commissions scolaires à l'intention des adultes, plusieurs n'ont pas attiré suffisamment d'inscriptions pour en justifier l'existence.

3. Les programmes d'information-consommation réalisés par des organismes bénévoles et des comités de citoyens semblent donner de meilleurs résultats parce qu'ils sont axés sur le travail en commun et l'entraide sociale.

4. Tous les groupes (maisons d'enseignement comme associations communautaires) manquent grandement de renseignements sur le consommateur canadien. Lorsque ceux-ci existent, l'organisateur ne sait trop comment se les procurer.

5. Les enseignants doivent avoir une formation particulière pour donner des cours sur la consommation et ont besoin d'aide pour utiliser et diffuser la documentation disponible.

A la lumière de ces constatations, le Conseil propose d'adopter une nouvelle méthode pour la diffusion des renseignements intéressant le consommateur et d'axer l'enseignement de cette «discipline» sur les besoins exprimés par les consommateurs plutôt que sur les avis et décisions d'experts.

Pour faciliter l'exécution de cette proposition, le Conseil propose:

1. Que le Ministre étende les fonctions de la Case Postale 99 et en fasse un des principaux centres de renseignements sur la consommation et s'assurant autant que possible de la collaboration d'associations de consommateurs, d'organisations commerciales et de particuliers pour que les services offerts répondent aux besoins des consommateurs, des enseignants et des comités de citoyens en la matière.

L'établissement d'un centre fédéral d'aide au consommateur correspond aux objectifs du Ministère puisqu'il serait un service central pour les consommateurs. Sa mise sur pied demanderait:

- (a) que l'on augmente l'effectif et le budget de la Case Postale 99 — en vue d'obtenir les renseignements nécessaires pour donner suite aux plaintes des consommateurs,
- (b) que l'on assure sa liaison avec tous les Ministères Fédéraux de façon à ce qu'il soit l'unique organe fédéral chargé de la diffusion de tous les renseignements intéressant le consommateur,
- (c) que l'on installe, dans les centres urbains, des bureaux au rez-de-chaussée d'un immeuble facilement accessible, ainsi qu'un réseau téléphonique pour relier le centre aux principales régions du pays.

9. Les membres du Conseil remplissent leurs fonctions sans rémunération, mais ils ont droit au remboursement des frais raisonnables de déplacement et de subsistance se rapportant aux fonctions du Conseil et autorisés par le gouverneur en conseil.
10. Le président reçoit la rémunération et le remboursement de frais qu'autorise le gouverneur en conseil.
11. Le Conseil peut engager le personnel supplémentaire qu'il juge nécessaire sous réserve des limites imposées par le budget annuel du Conseil pour ce qui est du nombre d'employés et des ressources financières, et en conformité de la Loi sur l'emploi dans la Fonction publique et de son règlement d'exécution.
12. Le Conseil se réunit au moins trois fois par an.

CONSEIL CANADIEN DE LA CONSOMMATION: MANDAT

En mars 1971, le Ministre de la Consommation et des Corporations d'alors a proposé, après consultation avec l'ancien et l'actuel président, le mandat suivant, qui a été adopté par le Conseil de la Consommation à sa réunion du 26 avril, 1971.

1. Le Conseil Canadien de la Consommation a été établi en conformité de l'article 7 de la Loi sur le Ministère de la Consommation et des Corporations, qui se lit comme suit: «Le gouverneur en conseil peut établir un Conseil consultatif de la consommation chargé de conseiller ou d'aider le Ministre ou d'accomplir les devoirs et fonctions que spécifie le gouverneur en conseil et fixer la rémunération et les dépenses à payer aux personnes nommées pour en faire partie».

2. Le Conseil doit faire rapport au Ministre sur les questions que celui-ci peut de temps à autre soumettre au Conseil pour recevoir des avis et de l'aide dans l'exécution des fonctions du Ministre en conformité de l'article 6 de la Loi sur le Ministère de la Consommation et des Corporations, ainsi que sur les autres questions que le Conseil, agissant de concert avec le Ministre, considère comme étant de nature à favoriser les intérêts du consommateur dans l'économie canadienne.

3. Le Conseil peut, dans l'accomplissement de son travail, entreprendre des études, commander des recherches, tenir des réunions publiques et préparer des rapports et des études selon qu'il le jugera opportun, après un avoir au préalable remis des exemplaires au Ministre qui pourra, pour des motifs raisonnables, informer le Conseil que la publication n'est pas d'utilité publique.

4. Dans l'exécution du mandat susmentionné, les membres du Conseil, qui auront été choisis dans certains cas en raison de leur appartenance à certains groupes, doivent exercer leur rôle en tant que particuliers puisant dans leur expérience et leurs connaissances personnelles, du domaine de la consommation ainsi que dans l'intérêt qu'ils y portent, et non à titre de représentants de ces groupes:

5. En arrêtant le plan de son programme, le Conseil doit rester en étroite liaison avec le Ministère de la Consommation et des Corporations en vue d'empêcher tout chevauchement des efforts et d'assurer l'évaluation, sous le rapport de la participation à la réalisation des objectifs du gouvernement en matière de consommation, de l'activité du Ministère et du Conseil dans la poursuite des objectifs de l'article 6 de la Loi, compte tenu du fait que le budget du Conseil et celui du Ministère sont alimentés par les deniers publics.

6. Le Conseil est essentiellement un organisme consultatif auprès du Ministre, aussi ne conviendrait-il pas qu'il devienne membre d'une autre organisation telle que l'Organisation internationale des unions de consommateurs.

7. Les membres du Conseil sont nommés par le gouverneur en conseil pour un mandat de deux ans, sauf renouvellement.
8. Le président du Conseil est nommé par le gouverneur en conseil et il exerce son mandat à titre amovible pour une période n'excédant pas deux ans.

BILAN	
Du 1^{er} janvier au 31 décembre 1972	
Traitements et salaires	\$ 43,823.00
Transports et communications	26,474.00
Information	5,236.00
Services professionnels et spéciaux	68,418.00
Locations	231.00
Services publics, matériaux et fournitures	4,562.00
Divers	2,147.00
TOTAL	\$150,891.00

Conseil et à répondre aux demandes de renseignements portant sur les publications, recherches et activités du Conseil.

Au mois de janvier, le président du Conseil, M. Buchwald, un membre du Conseil, originaire de Toronto, Mad. Maryon Brechin, et le directeur général du Conseil ont participé à une Conférence de deux jours sur des offices de commercialisation organisée par l'Université du Manitoba.

Le Président, dans le cadre des efforts que fait le Conseil pour élargir le dialogue entre consommateurs, producteurs, fournisseurs et gouvernement a prononcé un certain nombre d'allocutions importantes dans tout le pays. Il a pris la parole devant plusieurs organisations: le congrès annuel de l'Association des Consommateurs du Canada, réuni à Vancouver, le colloque de fin de semaine organisé à Banff par l'École de Commerce de l'Université de l'Alberta, les Advertising and Sales Clubs de Winnipeg, Toronto, Montréal et Halifax, la conférence sur l'éveil des consommateurs organisée au printemps par l'Institut des Affaires Publiques du Canada, et le colloque sur «La Vérité Publicitaire» organisée à l'automne par le Conseil consultatif de la publicité canadienne.

Plusieurs fois le directeur général a pris la place du président lorsque celui-ci n'était pas en mesure d'accepter une invitation à prononcer un discours. À son titre de directeur permanent des recherches et de chef de liaisons entre le Conseil, le Ministère, le Ministère de la Consommation et des Corporations et l'ensemble du public et du monde des affaires, le directeur général a participé à des conférences sur la consommation qui se sont tenues à Toronto, Winnipeg, Vancouver, Stockholm et Washington. Il a également rendu visite aux fonctionnaires chargés de la consommation dans toutes les capitales provinciales. Ces visites avaient un double objectif: a) informer chaque gouvernement des activités du Conseil et b) définir quels étaient, à leur avis, les secteurs sur lesquels le Conseil pourrait faire porter certaines de ses activités.

PERSONNEL

Le Conseil Canadien de la Consommation dispose d'un secrétariat installé à Ottawa. Au mois de janvier 1972, M. David Bond, de Vancouver, a assumé les fonctions de directeur général. En mars, Mad. Ellen Richardson s'est jointe au personnel en qualité d'adjoïnte de recherches, et Mad. Georgine Ulmer a continué d'occuper le poste de secrétaire administrative.

de recherches, étaient d'une telle qualité et d'une telle importance qu'ils justifiaient une diffusion plus large que celle qui est normalement réservée aux documents d'étude du Conseil. Chaque rapport a été imprimé à plusieurs centaines d'exemplaires, lesquels sont disponibles sur demande. (Voir la liste complète à l'Annexe B.)

b) Autres recherches

Tandis que la grande majorité des efforts de recherches du Conseil visaient à apporter une réponse rapide et exhaustive à la demande du Ministère, on entreprenait également des recherches complémentaires sur divers sujets.

M. R. M. A. Loyns de l'Université du Manitoba a été chargé d'étudier et de définir ce qui constitue « l'intérêt du consommateur par opposition à l'intérêt du public » ou « l'intérêt du fabricant ». Cette étude était le prolongement d'une étude que M. Loyns avait effectuée précédemment dans le domaine de l'intérêt du consommateur et des offices de commercialisation des produits agricoles.

Outre les quatre étudiants en droit déjà mentionnés, trois étudiants ont été engagés par le Conseil pour travailler à des projets pendant l'été. L'un d'entre eux, M. Jacques Raymond de l'Université de Sherbrooke avait gagné une bourse de stage d'été offerte par l'American Marketing Association. On trouve parmi les sujets des recherches faites par ces étudiants :

- consommateurs et retraites
- points de vente au détail dans le centre des villes
- comparaison entre le projet de Loi sur la Concurrence (Bill C-256) et le Rapport sur la Politique en Matière de Concurrence du Conseil Économique du Canada

— les conditions nécessaires et suffisantes d'une autoréglementation efficace. Engager des étudiants pour l'été pour leur faire effectuer des recherches pré-sente un intérêt particulier pour le Conseil : il espère ainsi mettre au fait des problèmes de l'éveil du consommateur des personnes brillantes et capables de s'exprimer. Parallèlement, il espère qu'ils trouveront le travail du gouvernement, dans le domaine de la consommation en particulier, intéressant et enrichissant. Le nombre d'étudiants qui écrivent au Conseil pour lui demander un emploi dépasse de beaucoup ses ressources. Bien que ce fait assure au Conseil un large choix parmi les meilleurs étudiants du Canada, il fait en même temps ressortir qu'il existe des ressources éventuelles inutilisées ainsi qu'un intérêt croissant pour les problèmes de la consommation.

IV. AUTRES ACTIVITÉS DU CONSEIL

La gamme des activités du Conseil ne se limitait pas à rédiger et publier des rapports, effectuer des recherches et organiser des conférences.

En collaboration avec le Comité de recherches présidé par le professeur W. A. W. Neilson et avec le Conseil dans son ensemble, le secrétariat s'occupe de planifier de nouveaux projets de recherches. Il s'attache également à effectuer des enquêtes préliminaires sur des sujets qui pourraient éventuellement intéresser le Conseil et il a, bien entendu, ses tâches administratives qui consistent à contrôler la publication des rapports, à voir aux aspects pratiques des réunions du

Vu la maigreur des ressources disponibles pour la recherche par rapport à l'énormité de la tâche, le Conseil a résolu de limiter ses recherches à un seul de ces quatre sujets par année.

En conséquence, le gros des efforts du Conseil en matière de recherches pour l'année 1972 a été consacré à l'étude des organismes et commissions de réglementation.

Le Conseil a confié à diverses personnes, bénéficiant en outre du concours d'un nombre important d'étudiants engagés pour l'été, plusieurs projets de recherches précis qui venaient se greffer sur d'autres recherches entreprises par le secrétariat du Conseil. On comptait parmi ces études :

— Une étude de l'intérêt du consommateur dans le cadre des activités du Conseil de la Radio-Télévision Canadienne par Donald A. Dawson de l'Université McMaster.

— Une étude de la réglementation des transports et de la Commission Canadienne des Transports par John McManus de l'Université Carleton.

— Une étude des commissions de réglementation de cinq régions : Colombie-Britannique, par William Stanbury de l'Université de la Colombie-Britannique;

Provinces des Prairies par Gilbert Reschenthaler de l'Université de l'Alberta; Ontario par John Palmer de l'Université Western Ontario;

Québec par David Cayne de l'Université McGill;

Provinces Maritimes et Terre-Neuve par Paul Huber de l'Université Dalhousie.

— Une étude de la législation américaine en matière de défense du consommateur par Michael Trebilcock de l'Université de Toronto.

Dans chaque cas, la personne retenue a été choisie en raison de ses connaissances reconnues dans le domaine en question et de l'intérêt qu'elle lui porte. Le but était de s'assurer des recherches de haute qualité, pertinentes et approfondies. Bien que nombre de ces études aient été exhaustives et parfois également complexes, le Conseil s'en est fortement inspiré pour rédiger son rapport à l'intention du Ministre.

Le secrétariat permanent du Conseil a entrepris une enquête sur le respect des intérêts du consommateur dans le cadre des activités de la Commission du Tarif, du Tribunal Anti-dumping et du Conseil du Textile et du Vêtement.

Un travail particulièrement remarquable a été effectué par quatre étudiants en droit de seconde année engagés par le Conseil pour les mois d'été. Leur projet portait sur l'examen de diverses formes de représentation légale du consommateur au sein de diverses autorités. En particulier, les étudiants se sont attachés au concept d'ombudsman, de témoin attaché à une commission, d'avocat privé subventionné et de porte-parole des consommateurs. Les prolongements de leurs conclusions initiales ont amené à effectuer des recherches complémentaires sur la question d'augmenter la participation directe des consommateurs aux activités des commissions et tribunaux de réglementation indépendants. Leur rapport final qui comporte près de 300 pages fournit des données significatives sur certains des problèmes les plus fondamentaux de la représentation du consommateur. Le Conseil a décidé que le rapport fait par ces étudiants, ainsi que les autres documents

efficace des torts qu'il a subis? Dans le cas où le besoin, sinon la nécessité absolue, de faire appel aux services des professions libérales se faisait sentir, les tarifs réclames justifiaient-ils un examen approfondi?

Trois tables rondes distinctes ont été organisées pour répondre à ces questions et à d'autres et pour faire ressortir les principaux points controversés. Dans chaque cas un directeur de débats examinait un secteur fondamental de préoccupation et les autres participants présentaient leurs observations et leur point de vue personnel.

M. Gilles Paquet, de l'Université Carleton d'Ottawa, a présenté un mémoire portant sur la disponibilité et l'accessibilité des services des professions libérales. Des observations ont été faites par M. William Dyson, directeur général de l'Institut Vanier de la Famille, et par le docteur Raymond Robillard de Montréal. Une autre table ronde a étudié les conditions d'admission au sein des professions autonomes, ainsi que le maintien de leurs normes professionnelles. Le directeur des débats était M. David Solomon, de l'Université McGill et M. L'Abbé Gérard Dion, de l'Université Laval, a présenté des observations. La dernière table ronde qui portait sur la question de la réglementation de l'activité des membres des organisations de professions libérales s'est circonscrite autour d'une allocution du doyen de la Faculté de Droit à Osgoode Hall, M. Harry Arthur. Des remarques complémentaires ont été faites par MM. Marcel Cinq-Mars, avocat de Montréal, et Val Werrier, journaliste de Winnipeg.

Les débats ont été instructifs, vastes et encourageants. A la suite de cette conférence le Conseil a été en mesure de définir nettement les secteurs où devront se concentrer ses recherches. Comme Mme Claire l'Heureux-Dubé, C.R., vice-présidente du Conseil l'a fait remarquer dans son allocution de clôture:

«Cette journée d'étude a été utile. Elle n'a en aucune matière apporté toutes les réponses, mais elle a été un point de départ extrêmement important.»

Le Conseil est en train de mettre au point une transcription de la conférence qui sera envoyée à tous les participants et aux personnes intéressées. Le Conseil continuera d'étudier la question de l'intérêt du consommateur dans le cadre des professions autonomes.

III. ACTIVITÉS DU CONSEIL EN MATIÈRE DE RECHERCHES

a) *Organismes et commissions de réglementation*

Au mois d'avril 1971, l'Honorable Ron Basford, qui était Ministre à l'époque, a demandé au Conseil d'étudier la façon dont les intérêts du consommateur étaient représentés dans la large gamme d'organismes, agences, tribunaux et commissions de réglementation nommés par le gouvernement à tous les niveaux. Un sujet d'une aussi vaste portée nécessitait une étude soignée et circonspecte. M. Peter Pearse de Vancouver a été nommé président de la commission du Conseil chargée d'effectuer cette étude. Après avoir établi une liste détaillée de toutes les organisations possibles qui pouvaient être considérées comme rentrant dans le cadre de ce sujet général, la Commission a dégagé quatre grands points d'intérêt:

1. Organismes et commissions de réglementation
2. Offices de commercialisation des produits s'occupant de marchandises déterminées
3. Professions réglementées
4. Monopoles gouvernementaux.

Le Conseil a conclu de la manière suivante:

«A de nombreux égards le Code a introduit dans l'industrie de nouveaux concepts qu'elle se doit d'étudier. En particulier, le Code tient compte d'éléments comme la vulnérabilité des enfants devant la publicité . . . Les adultes sont également vulnérables, quoiqu'à un degré moindre: leurs ressources pécuniaires sont limitées. Pour ces raisons le Conseil Canadien de la Consommation engage le Conseil des Normes Publicitaires à réviser son code général de la publicité pour y insérer les concepts et la ligne de conduite générale qui a été suivie dans le domaine de la publicité destinée aux enfants.»

II. CONFÉRENCES PUBLIQUES

Depuis sa création en 1968, le Conseil de la Consommation a organisé de temps à autre des conférences sur divers sujets qui préoccupaient les consommateurs. Ces diverses réunions publiques avaient un triple objectif. Premièrement, lorsqu'il était demandé au Conseil d'entreprendre ou de lancer une étude sur un sujet donné, la conférence permettait à des spécialistes reconnus d'exposer divers points de vue aux membres du Conseil. Deuxièmement, les connaissances acquises grâce à ces conférences rendaient des services inappréciables en révélant dans quel domaine des recherches et des études complémentaires étaient nécessaires. Enfin, en encourageant la participation du public le Conseil était en mesure d'insister à nouveau sur sa préoccupation essentielle qui est de favoriser le dialogue et d'améliorer le bien-être de tous les consommateurs. En outre, ces conférences s'étant tenues à divers endroits du pays, le Conseil a pu démontrer par là même que, en tant qu'organisme national, il était conscient et soucieux des problèmes de toutes les régions.

Par le passé, des conférences portant sur les problèmes que posent la publicité trompeuse, les consommateurs à faibles revenus ainsi que la faillite et l'insolvabilité des particuliers se sont tenues respectivement à Montréal, Winnipeg et Vancouver. Le Conseil a organisé en novembre à Québec une conférence nationale d'un jour qui représentait une part importante des travaux que le Conseil a effectués pour répondre à la demande que l'ancien Ministre lui avait faite d'examiner la position du consommateur à l'égard du fonctionnement des professions autonomes. Le thème central était: «Le Consommateur et les Professions Autonomes». De l'avis du Conseil, Québec était un endroit parfaitement choisi pour tenir cette conférence. M. Harold Buchwald, C.R., Président du Conseil, a fait remarquer dans son allocution d'ouverture:

«De toutes les provinces du Canada, celle-ci, La Belle Province, est peut-être celle qui a pris les mesures les plus concrètes afin d'étudier en profondeur la situation traditionnelle et le mode de fonctionnement des professions libérales dans le cadre de notre société et de présenter les bases concrètes de schémas de conduite et de comportement modifiés. Ici même à Québec, nous trouvons une ambiance qui nous fournira, en tant que Conseil, un encouragement intellectuel et une stimulation philosophique aux efforts que nous faisons pour trouver des réponses aux questions qui se posent dans ce secteur important de préoccupation des consommateurs.»

Dans son allocution, M. Buchwald a fait ressortir les questions essentielles que soulèvent l'examen de la qualité des services fournis, parmi lesquels se trouvent le droit du consommateur à des prix équitables, à la sécurité et à une information qui lui permette de prendre des décisions judicieuses. Quelles clauses ou quelles garanties assuraient au consommateur qu'il obtiendrait une réparation

vaincu que les questions qui ont trait à la moralité de la publicité destinée aux enfants, ainsi que l'influence de cette publicité sur les enfants, méritaient d'être étudiées plus en profondeur.

Le Conseil a étudié les diverses solutions existantes pour remédier à l'éventualité des conséquences indésirables de la publicité destinée aux enfants: depuis interdire complètement ce genre de publicité jusqu'à faire porter aux parents la charge d'imposer des restrictions. Selon le Conseil, le moyen terme consisterait à soumettre ces annonces à un certain nombre de conditions qui serviraient à remédier à l'éventualité de conséquences néfastes. On pourrait adhérer de plein gré à ces conditions, ou elles pourraient être rendues obligatoires par la loi: c'est la première option qui est en vigueur à l'heure actuelle. Le Conseil a conclu que:

«Il n'a pas été établi si cette mesure est suffisante . . . C'est un secteur sur lequel le Conseil recommande fortement de faire porter des efforts de recherches.»

Pour ce qui est de la portée du Code, le Conseil a préconisé qu'il soit adopté et mis en oeuvre par *tous* les publicitaires, agences de publicité et organes d'information (y compris *impression et pas seulement radiodiffusion*).

Le Conseil a appuyé la disposition du Code qui interdit expressément aux personnalités ou aux personnages imaginaires apparaissant dans des émissions enfantines de faire de la publicité pour des produits, des primes ou des services au cours de leur propre émission. Toutefois, le Conseil aimerait voir élargir cette interdiction de manière à ce qu'elle s'applique à toutes les émissions et non pas seulement à celles au cours desquelles apparaissent ces personnalités ou personnages imaginaires. Comme il est dit dans le rapport du Conseil:

«Il conviendrait d'étendre ce principe pour qu'il englobe toutes les cautions que diverses personnalités sont payées pour apporter à une publicité destinée aux enfants.»

Dans son rapport, le Conseil a fait des observations sur les modalités administratives d'application du Code. Il a approuvé la création du service consultatif de la Section de la publicité enfantine du Conseil des normes publicitaires car il implique une prévention des infractions plutôt que la punition de ces transgressions. Au cas où il y a effectivement eu violation, le Conseil a considéré comme insuffisant le simple retrait de l'annonce fautive. Afin de décourager toute infraction ultérieure, le Conseil a préconisé de diffuser largement le nom du publicitaire ou de l'agence fautive. Il a proposé par ailleurs qu'un rapport sur ces infractions soit envoyé au Conseil de la Radio-Télévision Canadienne et aux conseils de presse existants.

Le Conseil était parfaitement conscient de la portée limitée du Code. Il a fait remarquer que les quatre métropoles principales du Canada, ainsi que d'autres régions, peuvent avoir facilement accès aux antennes américaines et il se rend compte que l'efficacité du Code sera limitée si les publicitaires américains ne sont pas également soumis à des restrictions analogues. Le Conseil a étudié en détail le pendant américain du Code, et il l'a trouvé moins valable que le Code canadien. Ceci était particulièrement manifeste dans le domaine de l'exécution pour lequel il n'existe pas de modalités définies. Cette disparité a troublé le Conseil qui a engagé le Conseil des Normes Publicitaires à envisager l'ensemble de la question des annonces extraterritoriales destinées aux enfants et à préconiser des mesures qui pourraient être prises si des annonces de ce genre étaient en infraction au Code canadien.

au niveau national, bien qu'onéreuse, serait très certainement payée de retour par une réduction du nombre des faillites.

Finalement, pour ce qui est de la saisie des salaires, le Conseil a engagé le Ministère à faire tous les efforts possibles pour accélérer l'adoption d'un ensemble uniforme de lois provinciales en matière de saisie-exécution et de série-arrêt qui viendraient fort à propos compléter les lois fédérales. Le Conseil a préconisé que les gouvernements provinciaux considèrent d'un oeil favorable un mode d'étude des dettes qui donnerait à un juge ou un fonctionnaire des tribunaux, registraire par exemple, les pouvoirs nécessaires pour examiner la situation du débiteur avant de prendre toute mesure de saisie.

Le dernier paragraphe du rapport du Conseil de la Consommation résume ce qu'attendent ses membres, en disant :

«Le Conseil est convaincu que l'adoption des recommandations présentées par le Comité d'Étude, ainsi que celle de nos observations et propositions complémentaires, aboutirait à une refonte efficace et utile de la législation relative aux faillites qui touche les consommateurs canadiens, et que l'adoption du programme d'information financière que nous préconisons susciterait d'importants progrès dans le sens d'une réduction du nombre des cas d'insolvabilité des particuliers. Le Conseil est d'avis qu'un programme de ce genre est nécessaire et que, d'après les prévisions qu'il a faites, celui-ci pourrait facilement se justifier, tant du point de vue économique que social.»

c) Observations sur le Code de la Publicité Destinée aux Enfants

Au mois de novembre 1971, l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs a adopté conjointement avec la Commission Consultative de la Publicité Canadienne un Code facultatif portant sur la publicité destinée aux enfants. Connaissant la préoccupation croissante du public à l'égard des *aspects nuisibles de la publicité actuelle destinée aux enfants* et soucieux du désir qu'il a fréquemment exprimé de favoriser une auto-réglementation efficace dans tous les secteurs du pays, le Conseil a entrepris d'examiner soigneusement les dispositions du Code. Après avoir soigneusement étudié les dispositions du Code ainsi que d'autres documents pertinents, une commission du Conseil présidée par M^{lle} Niquette Delage de Montréal a rédigé un rapport qui a été adopté par le Conseil lorsqu'il s'est réuni en novembre à Québec.

Le Conseil commence son rapport en faisant remarquer que le Code lui-même pose des problèmes quant à la cohérence de ses propres termes.

«D'une part, on déclare que le Code contient le principe implicite que les fabricants peuvent avoir recours aux émissions pour enfants pour annoncer les produits et services adéquats, tandis que de l'autre il est également admis que les enfants n'ont pas la possibilité d'acquérir une faculté de discernement et ne distinguent pas toujours le monde de la réalité de celui de l'imagination. La majorité d'entre eux ont peu ou pas de revenus, et on ne peut supposer qu'aucun d'entre eux possède une échelle rationnelle de valeurs économiques. À la lumière de cette déclaration, nombre de personnes auront du mal à comprendre comment on peut justifier la publicité dont le but est «d'encourager un achat» lorsqu'elle s'adresse à des particuliers dont on admet qu'ils n'ont pas acquis une faculté de discernement ou qui ne possèdent pas les revenus nécessaires pour faire les achats qu'on les encourage à faire.»

Toutefois, le Conseil, tout en remarquant cette incohérence apparente, a fait porter ses remarques sur les dispositions précises du Code. Il était néanmoins con-

L'Honorable Herb Gray, a annoncé que le programme s'étendrait à tout le pays à compter du début de 1973)

3. *Besoin de mesures complémentaires de la part du gouvernement*

Dans la dernière section de son rapport, le Conseil déclare:

«Le Conseil est d'avis que l'augmentation du nombre des faillites personnelles et matiques de problèmes graves auxquels se heurtent maints Canadiens. Dans l'ensemble, on peut affirmer sans risque d'erreur qu'une refonte de la Loi sur la Faillite, quoiqu'elle profite à l'ensemble du pays, ne doit pas être considérée comme représentant à elle seule tous les efforts nécessaires pour résoudre le problème de l'endettement des particuliers.»

Le rapport souligne que, de l'avis du Conseil, le problème de plus en plus aigu que posent les consommateurs insolubles est un domaine où le Ministère de la Consommation et des Corporations peut et devrait jouer un rôle important. Le Conseil affirme qu'il serait éminemment souhaitable que le Ministère agisse sur les causes fondamentales de l'insolvabilité des particuliers, « . . . quelle que soit en dernier ressort la politique économique de notre société». Toute politique qui permettrait de réduire l'énorme volume de pertes liées à l'insolvabilité présenterait des avantages immédiats. Le Conseil fait remarquer par la suite que d'importantes conséquences sociales découlant de l'insolvabilité des particuliers méritaient l'attention du gouvernement:

«Attaquer cette source importante et universelle de tensions sociales contribuerait à améliorer très sensiblement le niveau de vie de tous les Canadiens.»

A la fin de son rapport, le Conseil recommandait la distribution d'un volume plus important de renseignements sur les faillites, et en particulier sur les groupes ou particuliers qui ont été touchés par l'insolvabilité. L'étude de la documentation existante a permis au Conseil d'isoler trois causes essentielles de l'insolvabilité:

1. Changement de la situation personnelle: maladie, chômage, mort du salarié principal
2. Revenus limités
3. Manque de connaissances dans le domaine de l'utilisation raisonnable du

crédit, de l'établissement d'un budget familial et de la gestion de ses finances. L'importance de chacune de ces causes varie en fonction des circonstances, mais l'unanimité qui s'est faite quant à leur importance globale indiquait au Conseil dans quel domaine le gouvernement pourrait éventuellement entreprendre une action.

Dans le cas d'un changement de situation, les lois devraient fournir une assistance rapide et équitable. Dans le cas des personnes à faibles revenus, le Conseil a engagé le gouvernement « . . . à appuyer et à mettre en oeuvre des programmes qui serviront à supprimer ce problème . . . étant donné que sa résolution aura une influence, non seulement sur les faillites, mais encore sur nombre d'autres aspects de la vie économique et sociale du pays».

Pour ce qui est du manque de connaissances de l'utilisation du crédit, des techniques d'établissement d'un budget, etc., le Conseil a engagé le Ministère à fournir une aide et une assistance financière afin d'améliorer et de multiplier les centres d'information sur le crédit que l'Alberta a établis au titre de programmes d'aide aux débiteurs, et a fait remarquer que la création d'un système de ce genre

d'un régime de priorité aux termes des dispositions relatives au paiement méthodique des dettes, soit élargie de façon à comprendre les personnes ayant droit au paiement de pensions alimentaires, aides financières et allocations dues aux retraités. Le Conseil s'écarte des propositions du Comité d'Étude à l'égard des possessions ou des biens acquis après qu'un particulier a été déclaré failli. Ces biens ou possessions acquis grâce à un héritage, au labeur ou au hasard ne devraient pas pouvoir être saisis pour assurer le règlement de dettes provenant d'une faillite antérieure, comme le dit le Conseil :

«La faillite doit être considérée comme le règlement d'une situation malheureuse qu'il ne convient pas de laisser se perpétuer indûment, sauf si tel est l'intérêt du débiteur. Sauf dans le cas de fraudes ou de transactions frauduleuses, les biens et possessions acquis après la faillite devraient par conséquent être francs de toute réclamation antérieure.»

2. Programmes des petits débiteurs

Au mois de mars, le Ministre a annoncé le lancement dans les trois principaux centres du Canada, d'un programme qui permettrait aux particuliers en dettes de se déclarer en faillite à peu de frais. Ce programme a donné suite à une constatation du Comité d'Étude selon laquelle les frais importants occasionnés par une procédure de faillite (\$600 ou plus) empêchaient bien trop souvent un grand nombre de gens de «bénéficier» des avantages de la Loi. Comme l'a dit quelqu'un, «il faut être riche pour faire faillite». Après avoir soigneusement examiné les dispositions que comporte le programme, le Conseil a fait plusieurs observations précises. Il s'est élevé contre l'existence des frais de constitution de dossier de \$50 en arguant qu'ils équivalaient à un droit d'admission, réhabilitation et d'information du débiteur. En outre, le Conseil a allégué que les revenus provenant de ces droits, ne représenteraient «qu'une part minime des frais administratifs occasionnés par cette réforme (le programme des petits débiteurs)».

Le Conseil a également critiqué l'établissement de plafonds de revenus qui doivent servir à déterminer qui peut demander à bénéficier du programme. De l'avis du Conseil, ce n'est là qu'une évaluation des ressources, contraire aux options du gouvernement fédéral. Les organismes de crédit privé n'ont jamais appliqué une règle de ce genre. Le Conseil soutient que :

«Dans tous les cas le besoin d'aide du débiteur doit passer avant tout.»

Le Conseil réaffirme sa conviction que le refus d'admettre les dettes contractées par des particuliers travaillant à leur propre compte ne devrait pas les exclure automatiquement du programme. A propos d'une exclusion analogue qui peut être pratiquée en vertu des dispositions relatives au paiement méthodique des dettes de la *Loi sur la Faillite*, le Conseil déclare dans son Rapport :

«... le Conseil ne voit aucune justification à cette restriction. Le débiteur devrait pouvoir inclure toutes ses dettes dans le concordat afin de pouvoir bénéficier pleinement du processus de réhabilitation, et rien ne justifie une discrimination quant à l'origine des dettes. Dans l'alternative, l'inclusion des dettes commerciales dans un concordat pourrait être laissée à la discrétion des personnes chargées de traiter les affaires pertinentes.»

Finalement, le Conseil de la Consommation fait remarquer que le programme se limite aux trois plus grandes villes du Canada, et il engage le Ministre à l'étendre sans retard à l'ensemble du pays. (Au mois de décembre, le nouveau Ministre,

tel, ne peuvent pas se résumer ou se paraphraser facilement. La précision est essentielle, en particulier pour les questions législatives, et pour la majorité des lecteurs l'orientation philosophique générale des recommandations est aussi importante que les détails précis.

L'optique générale du Conseil est nettement défini dans la Préface de son rapport:

« . . . il est devenu banal de dire que nous vivons dans une société du crédit de seule façon de vivre pour la grande masse de ses citoyens se doit en même temps de lui fournir un moyen respectable et valable de se tirer des conséquences de son inaptitude à faire face au crédit, à la facilité avec laquelle on l'obtient et à la situation apparemment désespérée de celui qui ne peut faire face à ses engagements. L'affranchissement et la réhabilitation du débiteur insolvable devraient se trouver à la base même de la législation.»

Le Conseil note que la législation relative aux faillites était conçue au départ pour traiter les problèmes financiers des marchands et commerçants. L'hypothèse implicite était qu'il existait chez les commerçants une forte tradition de respect strict des règles contractuelles générales du droit. Bien que les textes législatifs comportent depuis de nombreuses années des dispositions relatives aux problèmes des débiteurs privés, on n'a apporté que peu de corrections à la trame de la législation dans le but de tenir compte des problèmes particuliers des faillites personnelles.

Le Conseil fait observer plus loin:

«La nécessité d'accorder une aide plus importante au consommateur failli est encore augmentée par l'inégalité qui existe entre les traitements que réserve la Loi actuelle aux particuliers et aux sociétés. La société dissoute par la procédure de faillite cesse *par la même* de subir les désagréments de cet état et, en raison de la règle de responsabilité limitée qu'établit le principe de l'anonymat au sein des sociétés, les actionnaires et administrateurs se tirent du désastre sans que leur solvabilité ou leur réputation en souffrent trop . . . Les difficultés, les stigmates et les tracasseries associées à la faillite reposent sur les épaules du particulier qui n'est pas dans les affaires. Il est toujours tenu pour responsable de ses excédents de dettes. Des circonstances imprévues ou la tendance du marché n'excusent en aucune manière son incapacité à s'exécuter . . . Néanmoins, il paraît nécessaire de poser le principe qu'à partir du moment où le consommateur endetté pourrait se déclarer en faillite aux termes de la Loi il doit alors être en droit de «bénéficier» de tous les avantages et recours de la Loi, et de pouvoir en bénéficier aussi souvent que cela s'avère nécessaire.»

Le Conseil justifie cette déclaration en faisant remarquer que plus il est facile de devenir surchargé de dettes en raison de la facilité avec laquelle on peut obtenir du crédit, plus le coût du crédit est élevé et plus la propriété se déprécie rapidement, plus il devient nécessaire de fournir une assistance rapide et simple aux personnes qui ont atteint le point de non-retour. De l'avis du Conseil il s'avère nécessaire qu'il y ait au-delà de la désinvolture de la règle contractuelle une autocritique communautaire servant à déterminer si le système a été la cause des pertes occasionnées aux consommateurs et à fournir un mode d'assistance. Deux exemples précis de recommandations du Conseil exprimeront l'essence des concepts et des préoccupations exprimés dans son rapport. Le Conseil propose que la liste des créanciers privilégiés, à savoir ceux qui bénéficient d'une priorité lors de la répartition des revenus provenant de la réalisation de l'actif du failli ou qui jouissent

consommateurs à Renfrew et Cornwall. Par la suite un centre analogue a été inauguré à Winnipeg grâce à une collaboration entre le Ministère et le programme d'urbanisme de l'Université de Winnipeg.

b) Faillite personnelle

Le Conseil a approuvé à Toronto au mois de mai un rapport sur la question de la faillite et de l'insolvabilité des particuliers. Ce rapport répondait à une demande de l'ancien Ministre, l'Honorable Ron Bastford, qui avait prié le Conseil au cours de sa réunion d'avril 1971 d'examiner le *Rapport du Comité d'Etude sur la Législation en Matière de Faillite et d'Insolvabilité* qui venait d'être publié. En particulier, il a demandé que le Conseil étudie du point de vue du consommateur surchargé de dettes les recommandations relatives à la faillite personnelle que contient le rapport du Comité.

Une commission spéciale du Conseil, présidée par M. George May, commença immédiatement à définir les recherches qu'il fallait faire pour constituer une documentation. En outre, elle a organisé un colloque d'une demi-journée sur les problèmes de la faillite personnelle. Celui-ci s'est tenu à l'occasion de la réunion du Conseil au mois de septembre 1971 à Vancouver et a fourni la documentation essentielle à la rédaction du rapport final.

La version finale du rapport adressé par le Conseil au Ministre contient trois sections distinctes.

La première porte sur les observations faites par le Conseil sur le rapport du Comité d'étude. Dans de nombreux cas le Conseil a fortement appuyé les recommandations de celui-ci et dans d'autres il a fait les propositions complémentaires. La deuxième partie renferme des observations sur le programme des syndicats publics s'occupant des petits débiteurs. Au mois de mars 1972, le Ministre a annoncé la mise en place de syndicats publics chargés de s'occuper des petits débiteurs. Le paiement d'un droit modique permettrait à certains petits débiteurs leurs revenus et formes de dettes (aucune dette commerciale n'était autorisée) rendaient admissibles au programme de s'assurer les services d'un syndic public.

Dans la dernière partie de son rapport, le Conseil signale que la faillite est le résultat plus que la cause d'un excès d'engagements financiers des particuliers. En conséquence, il s'est attaché à voir comment on peut attaquer ce problème à la base.

1. *Observations sur le Rapport du Comité d'Etude et Propositions complémentaires du Conseil de la Consommation*

Le Conseil a conclu que le *Rapport du Comité d'Etude* et que les propositions qu'il contient étaient dans l'ensemble fort éclairées et méritaient les plus vifs éloges. Parallèlement, bien que nombre des recommandations fussent intéressantes, le Conseil fut d'avis que certaines d'entre elles ne semblaient pas apporter une réponse adéquate aux problèmes étudiés. En outre, selon le Conseil, certains aspects que le Comité d'Etude n'avait pas abordés devaient être pris en considération.

Le Conseil a fait en tout trente-trois recommandations ou observations précises portant sur la révision ou sur la refonte du droit canadien des faillites. Dans de nombreux cas, ces recommandations sont d'un caractère très complexe et très détaillé (une liste complète figure à l'Annexe A du présent rapport) et, en tant que

Le Conseil est d'avis que la création de ces centres d'aide aux consommateurs d'accès facile, tant pour les consommateurs que pour les enseignants, contribuerait à son tour à relancer les cours d'information des consommateurs dans le cadre du système scolaire officiel. Il a par conséquent proposé que le Ministre porte à l'attention des personnes travaillant dans le cadre du système scolaire les constatations des études effectuées pour le compte du Conseil par la Société Canadienne de l'Éducation des Adultes ainsi que le Rapport du Conseil.

En outre, pour venir compléter les centres d'aide au consommateur, l'accroissement des ressources affectées à la CASE POSTALE 99 et les efforts faits pour relancer l'information des consommateurs dans le cadre du système scolaire, le Conseil a engagé le Ministre à étudier attentivement l'augmentation du nombre des programmes de radio et de télévision qui portent sur la consommation.

3. *volume de renseignements plus vaste*

Conformément à sa proposition de créer un *Centre Fédéral d'Aide au Consommateur* et une agglomération de centres d'information et d'aide au consommateur, le Conseil a jugé essentiel d'augmenter la quantité et d'améliorer la qualité des renseignements mis directement à la disposition du consommateur. En l'espèce, le Conseil a engagé le Ministre à encourager les hommes d'affaires à révéler de plein gré les renseignements utiles aux consommateurs. Le code de l'étiquetage d'entretien des textiles est un exemple de ce genre de renseignements. Le Ministre s'est vu demander de soutenir les efforts que font les annonceurs des organes d'information pour améliorer la teneur de la publicité de consommation.

Afin d'encourager ces activités le Conseil a proposé que le Ministre rende publics les efforts que font le monde des affaires et les organes d'information pour améliorer le bien-être du consommateur, pour appuyer les efforts qu'ils font pour se réglementer, et pour attirer l'attention du gouvernement et des producteurs ou fournisseurs sur les plaintes fondées et sur les propositions précises qui portent sur des produits et services, ainsi que sur les lois relatives à la consommation et sur leur application.

Il a également été demandé au Ministre d'appuyer les efforts faits dans le cadre du gouvernement pour assurer au public un plus large accès aux renseignements dont dispose le gouvernement et qui intéressent les consommateurs. On a cité comme exemple les résultats d'essais de produits, les caractéristiques de sécurité des automobiles, les effets polluants de certains produits, etc.

L'ensemble de ces propositions et des autres recommandations que contenait le rapport visait à un seul but. Comme le souligne le Conseil dans son rapport:

«Ayant relevé des indices de l'insuffisance des méthodes d'approche actuelle, de la nécessité d'une plus grande sélectivité et de la diversité croissante de la préférence des consommateurs, nous demandons à ceux qui s'intéressent à l'information du consommateur d'en modifier le point de mire et d'opter pour une optique hautement expérimentale qui tienne constamment compte des besoins changeants des consommateurs. Nos propositions ont pour but de nous orienter dans ce sens, en vue de s'adapter au monde changeant de l'avenir.»

Le Conseil a préconisé en particulier que le Ministre de la Consommation et des Corporations se concertent avec les autorités provinciales dans le but de mettre cette proposition en pratique.

Le Ministre de la Consommation et des Corporations a annoncé au printemps 1972 le lancement d'un programme pilote visant à établir des bureaux d'aide aux

à quiconque d'assimiler tous les renseignements existants et de les garder à jour, le Conseil parlait du principe que « . . . les consommateurs devront s'appuyer de plus en plus sur des méthodes sélectives pour définir leurs propres problèmes au fur et à mesure de l'évolution de leurs besoins et pour trouver les ressources qui pourront contribuer à leur processus d'apprentissage. »

De plus, la diversité croissante des modes de vie que l'on rencontre au Canada, nous oblige à moins nous reposer sur un système éducatif normalisé. Dans ce contexte, l'information du consommateur doit être une expérience d'apprentissage plutôt que d'enseignement. Le consommateur doit faire son éducation par ses propres découvertes plutôt qu'en recevant une dose prescrite de renseignements qui peuvent ou non lui être utiles.

1. une ressource fondamentale

Le Conseil de la Consommation s'est rendu compte que le Canada est riche en ressources pour l'information du consommateur :

« Les connaissances spécialisées en cette matière abondent, disséminées dans les gouvernements, les commerces, les industries et les associations bénévoles, ainsi que dans les foyers et les écoles de notre pays. Une riche documentation existe sur les produits et leurs caractéristiques, les lois relevant de différentes autorités, les pièges qui attendent les consommateurs imprudents, les techniques et les résultats des initiatives d'entraide des consommateurs insatisfaits. Plus important encore, il existe toute la bonne volonté voulue pour mettre ces connaissances et ces renseignements à la portée du public. »

Le Conseil a conclu que ces ressources pourraient et devraient être mobilisées de manière plus efficace pour fournir les ressources fondamentales nécessaires pour augmenter l'information du consommateur. Le Conseil a préconisé :

« QUE LE MINISTRE FASSE PORTER SES EFFORTS DANS LE DOMAINE DE L'INFORMATION DU CONSOMMATEUR SUR LES CENTRES D'AIDE AUX CONSOMMATEURS QU'IL CONVIENT D'ÉTABLIR; CES CENTRES NE SÉRAIENT PAS UNIQUEMENT DESTINÉS AUX CONSOMMATEURS PARTICULIERS MAIS SERVIRAIENT AUX ENSEIGNANTS ET AUX GROUPEMENTS. »

Ces centres devraient se préoccuper du consommateur, être prêts à l'aider à résoudre ses problèmes, connaître les sources de renseignements et être en mesure d'avoir directement accès aux gens et aux ressources. Qui plus est, le personnel de ces centres devrait être convaincu que les intérêts bien compris du monde des affaires et des consommateurs sont fondamentalement les mêmes, et non pas diamétralement opposés.

A cette fin, le Conseil a proposé d'élargir les ressources et le rôle de la CASE POSTALE 99 et d'instituer à Ottawa un centre fédéral d'aide au consommateur.

2. centres d'information

Toutefois, chose plus importante, le Conseil a préconisé que le Ministre, en collaboration avec les centres d'aide aux consommateurs existants et avec les gouvernements provinciaux, crée des bureaux « rez-de-chaussée » fonctionnant pendant les heures d'ouverture des magasins et d'un accès facile pour les consommateurs. Ces bureaux seraient reliés au centre fédéral d'aide au consommateur par télégraphe et par réseau téléphonique.

ACTIVITÉS DU CONSEIL EN 1972

Comme toute chose sortie de son contexte, un tour d'horizon des événements survenus au cours d'une période, fût-elle d'une année, peut s'avérer trompeur dans une certaine mesure. Il est rare qu'une chose autre qu'une année donnée commence le 1^{er} janvier et finisse le 31 décembre. Il en va de même pour les activités du Conseil Canadien de la Consommation. Au cours de ses réunions le Conseil s'occupe d'évaluer les recherches futures, d'étudier les programmes en cours et de dresser le plan d'activités futures. Ainsi, les activités du Conseil mêlent ces trois perspectives dans une linéarité temporelle.

I. RAPPORTS

Le Conseil de la Consommation a tenu trois réunions plénières en 1972 et a adopté à chaque fois un rapport qui devait être envoyé au Ministre et rendu public par la suite. Chacun de ces rapports se fondait sur des recherches étendues et approfondies effectuées l'année précédente, ainsi que sur un examen long et détaillé des diverses questions en cause. L'objectif était d'obtenir l'assentiment de la plus grande partie possible de l'opinion publique sans pour cela sacrifier la valeur du contenu. Les recommandations contenues dans ces rapports ne portaient pas uniquement sur des problèmes existants mais tentaient également de prévoir les besoins à venir et leurs solutions possibles.

a) Information au Consommateur

Au cours de la réunion tenue en février à Ottawa, le Conseil a adopté et envoyé au Ministre de la Consommation et des Corporations son rapport sur l'Information du Consommateur. Ceci marquait le point culminant de l'intérêt que le Conseil porte depuis longtemps à cette question et des efforts qu'il a faits. En 1970 le Conseil de la Consommation a publié les constatations de recherches effectuées pour son compte par la Société Canadienne d'Éducation des Adultes. Les résultats de ces efforts, ainsi que le travail d'experts-conseils et d'une commission spéciale du Conseil présidée par M^{me} A. S. W. Plumptre, formaient la base de la première rédaction du rapport. Il a fallu au Conseil plusieurs réunions, un examen prolongé et détaillé de chaque sujet et de fréquentes modifications du texte avant qu'il n'approuve le rapport final. Bien entendu, l'objectif était d'établir un rapport et des recommandations qui soient aussi exhaustifs que possible.

L'étude des constatations a amené le Conseil de la Consommation à conclure qu'il fallait une nouvelle façon d'aborder la question de l'information des consommateurs. Il ne suffisait plus de considérer qu'elle se déroulait uniquement dans le cadre de l'enseignement officiel qui, en vérité, ne représentait qu'une faible part du processus d'information des consommateurs qui commence avec la naissance et finit avec la mort. Informer le consommateur va de lui fournir des renseignements sur la qualité et le prix de produits et services, jusqu'à lui indiquer où il peut obtenir des renseignements et de l'aide pour ce qui est de ses problèmes. Dans une large mesure, cela signifie informer les consommateurs de leurs droits et de leur

devoirs aux termes des lois existantes.

De l'avis du Conseil un sujet aussi vaste et aussi complexe devrait être étudié sous divers angles étroitement liés entre eux. Selon lui, « le concept de l'information du consommateur devra s'élargir pour englober des considérations plus larges s'il veut s'avérer adéquat à l'avenir ». Étant donné qu'il était manifestement impossible

financier des groupes de défense des consommateurs. Il est à souhaiter que les travailleurs syndiqués du Canada commenceront à jouer le rôle qui leur revient dans le domaine de la consommation, et rapidement.

Quelque orientation ou quelque forme que puissent adopter à l'avenir les organismes consultatifs du gouvernement en matière de consommation, on continuera de sentir le besoin d'un soutien puissant, indépendant et bien documenté de la part du secteur privé. Car quelles que soient les motivations qu'ont ou que pourront avoir nombre de législateurs, de fonctionnaires gouvernementaux, de chefs d'entreprises et de dirigeants syndicaux pour ce qui est de la consommation, il n'en restera pas moins que ce sera surtout aux consommateurs militants et aux groupes de défense des consommateurs de continuer à faire entendre la voix des gens qui ne peuvent pas s'exprimer par eux-mêmes. Peut-être pourront-ils s'inspirer des mots de l'éminent philosophe, juriste et réformateur américain, Edmond Cahn, qui écrivit en 1963 :

« Bien que tout ce dont nous pouvons être sûr est la contestation et le combat, nous avons nombre de motifs qui nous poussent à continuer de combattre. Notre structure juridique révèle déjà une importante évolution par rapport à la rigidité de l'ancienne ligne officielle. Chaque pas que nous faisons dans la direction du consommateur est autant d'intelligence et de résolution que nous donnons à la Loi. Et même si le courant devait se renverser un jour dans le mauvais sens et que tous nos espoirs s'avèrent avoir été des chimères, personne ne pourrait supprimer ce que nous aurions pu obtenir dans un cas donné pour le compte d'un être humain donné, personne ne pourrait nous dépouiller d'un bienfait concret que nous aurions pu accomplir alors, d'un certain acte égalitaire que nous aurions pu faire, d'une certaine jouissance de la liberté que nous aurions pu rendre totale. Ce n'est que dans l'optique du consommateur qu'une escarmouche passagère peut avoir autant d'importance qu'une longue campagne, . . . et qu'une seule vie sauvée en a autant que tous deux. »

(« Law in the Consumer Perspective »
1963, University of Pennsylvania
Law Review)

Harold Buchwald

HAROLD BUCHWALD, C.R.

Président

Conseil Canadien de la Consommation

le 31 janvier, 1973

attirer les spécialistes et le personnel dont ils ont tant besoin pour définir les problèmes, déterminer les différentes pressions et faire valoir les droits du consommateur dans ce qui est essentiellement un processus contradictoire, seront certains des problèmes primordiaux que rencontreront les associations de consommateurs. Certains croient que leur existence et que leur crédibilité mêmes seront en jeu. Car, en plus d'évaluer les textes législatifs et la politique du gouvernement, les groupes de défense des consommateurs devront également s'intéresser au fonctionnement des commissions et des tribunaux de réglementation, ainsi qu'aux personnes qui y sont nommées. Et ils doivent veiller à ce que la complaisance bureaucratique ne gagne pas les activités existantes ou la formulation de nouveaux règlements.

Toutefois, les groupes de défense des consommateurs ne doivent pas s'adresser uniquement aux gouvernements. Les sociétés publiques, leurs activités en tant que personnes morales et la façon dont ils assument leurs responsabilités sociales requièrent la présence visible et active au sein des sociétés canadiennes du «consommateur-actionnaire» qui a fait dernièrement son apparition aux États-Unis. La représentation des consommateurs aux négociations collectives devient également une priorité plus souvent exprimée à mesure que les consommateurs se déclarent de plus en plus désespérés d'être les éternelles victimes des conflits entre les travailleurs et le patronat. Et un nombre toujours plus important d'industries auto-nomes admettent l'importance que revêt la présence des consommateurs lors de l'établissement de codes moraux et de la condamnation d'infractions.

Mais il n'y a pas que les groupes de défense des consommateurs pour qui la consommation présente un intérêt vital: c'est également le cas pour les entreprises licites, fabricants, distributeurs, organisations de vente, détaillants et services de financement de biens et de services de consommation. Il est à souhaiter qu'ils joueront bientôt un rôle plus actif et plus manifeste dans la promotion des intérêts du consommateur, à la fois en appuyant les correctifs législatifs adéquats et en adoptant des pratiques commerciales que l'on demande à l'heure actuelle. Si elles adoptent les nouvelles normes de personnalité morale que la société souhaite leur voir respecter aujourd'hui, les entreprises auront un rôle appréciable à jouer dans le dialogue en faveur du consommateur. Plutôt que de se cantonner dans un antagonisme outrancier elles devraient veiller à ce que les nouvelles règles soient applicables et pratiques, et parallèlement à ce qu'elles atteignent leurs objectifs sociaux. Qui est mieux en mesure d'apporter cette contribution? C'est dans l'intérêt réciproque du consommateur et de l'homme d'affaires que le marché soit à la fois honnête et rentable.

Il y a dans l'équation consommateurs-marché une «troisième force» qui partage également cette préoccupation vitale pour la promotion des intérêts du consommateur, les travailleurs syndiqués. Jusqu'à présent, c'est triste à dire, le soutien qu'ils ont apporté aux groupes de défense des consommateurs et leurs actions en faveur d'une amélioration du bien-être du consommateur ont été moins que visibles — au mieux, à peine perceptibles. Et pourtant il est peut-être de l'intérêt le plus immédiat des syndicats dont la base travaille, après tout, dans le cadre de contrats de salaire fixe de veiller à ce que leurs membres, en tant que consommateurs, obtiennent prix équitables, qualité, sécurité, intégrité et réparation pour leurs achats personnels. Et eux-mêmes, en tant que moteur de l'évolution sociale, ont un rôle important à jouer dans la revendication de nouvelles normes communautaires. On a laissé entendre qu'aux États-Unis les syndicats assurent par tradition le soutien

teur. Au niveau fédéral, ceci peut amener le Ministère de la Consommation ou son Ministère à se trouver en conflit direct avec d'autres ministères (ou leur Ministère), par exemple Finances pour ce qui est des banques et des assurances, Agriculture en matière de commercialisation dans l'intérêt du producteur, Travail pour ce qui est de l'évolution des traitements ou de la technique ou Industrie et Commerce en ce qui a trait à la politique des stimulants au commerce. Tous ces secteurs d'activité sont une source possible de conflits d'intérêts continuels au sein du gouvernement lui-même, et l'histoire nous amène à conclure que les intérêts du consommateur sont trop souvent subordonnés à des intérêts particuliers, et cette situation se retrouve au niveau provincial et municipal.

Un axiome de cette discussion est que le gouvernement doit se mettre à la disposition des personnes du secteur privé qui se préoccupent des problèmes de la consommation et qui peuvent se montrer sensibles aux inquiétudes énoncées. C'est en cela que consiste l'un des rôles essentiels du secteur privé dans le cadre de la consommation: se montrer capable d'influencer l'orientation des mesures législatives et des différentes options dans l'intérêt du consommateur. Il y a peu de doute que les personnes qui veulent protéger leur position personnelle, sans égard à l'intérêt du consommateur, peuvent effectuer des pressions et assurer une opposition extrêmement efficace. Les efforts, plus simples, de la masse en faveur d'une action élémentaire des consommateurs représentée par le passé, et continueront de représenter un problème moins important étant donné que les législateurs et la Fonction Publique peuvent s'en faire assez facilement les champions. Mais quand les problèmes deviennent complexes, qui est en mesure de voir où se trouve l'intérêt du consommateur, de faire valoir cet intérêt et de le promouvoir? L'on n'est pas obligé d'observer la situation à la loupe pour conclure que ce qu'il faut est la connaissance technique, la possibilité de recherche et l'expérience nécessaire pour alors réclamer une amélioration des lois et aussi pouvoir étudier et commenter sur celles qui sont mises en délibération au niveau fédéral et provincial.

L'expérience récente dans le domaine de la législation ou la procédure gouvernementale révèle une disparité qui s'applique aux aptitudes et aux ressources nécessaires pour défendre la position du consommateur à l'égard des problèmes importants et de nouvelles lois. Dans le dialogue actuel ce genre d'inégalité sur le marché politique est tout aussi intolérable que l'inégalité des consommateurs sur

La façon la plus efficace de commencer à corriger ce déséquilibre et de promouvoir les intérêts des consommateurs au niveau du gouvernement (et même de l'industrie) est d'avoir un puissant groupe de pression en faveur des consommateurs, un organe représentatif du consommateur s'appuyant sur d'importantes installations de recherches dans le domaine de la consommation. Même si les consommateurs disposaient d'un représentant officiel au gouvernement, la possibilité pour eux de se faire entendre dépend de leur puissance politique et de leur crédibilité intellectuelle. Qui acceptera vos propositions si elles ne sont pas appuyées par des recherches et de la documentation? Qui pourrez-vous persuader d'agir si vous n'avez une certaine influence au niveau de l'électorat? La pression que les consommateurs peuvent opposer aux influences abusives des personnes qui ont des options contraires consiste à faire valoir leurs droits grâce à un large appui de la masse. Ceci nécessite des ressources importantes en hommes et en argent.

Comment les groupes de défense des consommateurs vont-ils pouvoir réunir les fonds suffisants et présenter les objectifs et les possibilités nécessaires pour

fût présent, attendant de se présenter. L'explication de la raison pour laquelle ceci est survenu, outre son inadmissibilité, traduit l'indifférence avec laquelle on traite l'opinion que se fait le consommateur de la législation.

— A la fin de l'année, en décembre, la Commission Canadienne des Transports se préparait à étudier la demande de hausse de tarifs téléphoniques de Bell Canada pour l'Ontario et le Québec sans que des mesures appropriées aient été prises pour connaître l'avis de la partie la plus directement intéressée, à savoir l'utilisateur (c'est-à-dire, le consommateur sans défense) des services de Bell Canada. Bien entendu, la procédure est extrêmement compliquée et hautement technique. Il convient donc de résoudre à l'avance la question de savoir comment le consommateur peut être convenablement et efficacement représenté dans des cas semblables.

Le Conseil Canadien de la Consommation espère pouvoir proposer rapidement des recours adéquats grâce à des études de situations de ce genre qui sont pratiquement terminées.

À L'HORIZON

Les préoccupations des consommateurs s'étendent rapidement au-delà de simples activités dans le cadre du marché. On entend des groupes de défense des consommateurs se prononcer sur des sujets comme protection de l'environnement, inflation, coalitions, impôts et tarifs douaniers. Les services du gouvernement, le fonctionnement des tribunaux de réglementation, les professions autonomes et les offices de commercialisation qui ne pensent qu'au producteur sont de plus en plus souvent mis en cause par les consommateurs dont il semblerait que les intérêts ne soient pas pris en considération lors des délibérations de ces organismes. L'in-différence à l'égard des répercussions sur le consommateur de la résolution des conflits entre les travailleurs et le patronat nécessite également un examen rigoureux. Les activités des sociétés publiques, leur rôle en tant que personnes morales et la façon dont elles assument leurs responsabilités sociales sont un autre secteur où les préoccupations des consommateurs-actionnaires vont croissantes.

L'attention que les groupes de défense des consommateurs portent à ces questions et à leurs prolongements, dont un grand nombre ne sont pas nettement perceptibles, fera entrer en jeu des définitions aux contours imprécis du fait de savoir où finit le rôle du consommateur et où commence celui du citoyen.

Devant ces exigences les rôles respectifs du gouvernement et du secteur privé en matière de promotion des intérêts du consommateur doivent devenir plus importants et plus actifs qu'ils ne l'ont été par le passé. À de nombreux égards les gouvernements, tous les gouvernements, aux niveaux fédéral, provincial et municipal devront doubler plus nettement leur personnalité pour ce qui est de l'élaboration et de l'application de leur législation et de leurs programmes.

Les ministères, les bureaux et organismes fédéraux sont d'une importance vitale pour ce qui est de continuer à porter remède de façon suivie à certains abus sur le marché.

Mais, en leur qualité de chien de garde des intérêts du consommateur dans le cadre du pouvoir exécutif et législatif lui-même, les ministères et organismes chargés de la consommation devront commencer à réagir, en public au besoin, aux options et programmes du gouvernement qui vont à l'encontre des intérêts du consommateur.

- Le Code de la Publicité Destinée aux Enfants de l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs, entre en vigueur au début de 1972. Les organes d'information (radio et télévision) font respecter eux-mêmes le Code en convenant de ne pas autoriser leurs stations à émettre des annonces en infraction au Code. (Il est à souhaiter qu'un Code analogue s'étende à tous les supports publicitaires). Une véritable innovation a été l'inclusion de représentants des consommateurs dans les commissions de surveillance du Conseil des Normes Publicitaires qui passent en revue les annonces qui pourraient contrevenir au Code. Au cours de cette année le Québec a établi son propre règlement qui réduit de manière draconienne la publicité destinée aux enfants.

- Utilisation de la procédure judiciaire relative aux petites créances au Manitoba et au Québec. Un consommateur lésé qui a fait un petit achat et qui ne peut obtenir satisfaction dispose d'une procédure rapide, efficace, peu coûteuse et simple qui ne l'oblige pas à engager un avocat. Les premiers rapports indiquent que le système fonctionne très bien et pourrait amorcer une tendance.

- Ouverture à titre expérimental de bureaux d'aide aux consommateurs à Renfrew, Cornwall et Winnipeg. Les deux premiers ont été ouverts par le Ministère fédéral (comme le préconisait le Conseil de la Consommation dans son rapport sur l'Information du Consommateur). Le bureau de Winnipeg a été ouvert par un groupe d'étudiants et d'animateurs de l'Institut d'Urbanisme de l'Université de Winnipeg, et financé par des subventions du programme Perspective Jeunesse et du Ministère Fédéral de la Consommation et des Corporations.
- Une conférence d'une semaine sur l'Information des Consommateurs organisée au mois d'août par le Ministère de l'Éducation de l'Ontario pour les enseignants travaillant dans le domaine de la consommation. Ceci représente l'un des premiers efforts faits pour entrer en contact avec les éducateurs chargés de l'information des consommateurs et pour les former.

- La mise en place d'une procédure simplifiée peu onéreuse destinée à aider le consommateur grevé de dettes à résoudre ses problèmes d'insolvabilité en lui permettant de se déclarer plus facilement en faillite. En collaboration avec les bureaux de la Main-d'Oeuvre du Canada, les fonctionnaires du Ministère fédéral de la Consommation et des Corporations se chargeront de cet office sur paiement des honoraires modiques du syndic (\$50). Lancé au départ dans trois villes seulement, ce programme a été élargi presque à l'ensemble du pays à la fin de l'année. Bien que ce système ne satisfasse pas à tous les critères que le Conseil de la Consommation voudrait lui voir posséder (pas d'évaluation des ressources pour être admissible, pas de «droits d'admission» de \$50, amélioration de la législation en matière de déconfiture afin de permettre un assainissement efficace de la situation du débiteur incapable de faire face à ses engagements), il représente cependant un effort concret visant à apporter une aide aux victimes de la société de consommation qui ne sont pas entièrement en mesure de s'y adapter et de mieux gérer leurs affaires.

Du côté négatif, au moins deux autres événements de 1972 laissent entendre qu'au plus haut niveau de l'organisation fédérale l'opinion du consommateur a été ignorée ou ne pourra vraisemblablement pas se faire entendre:

- Au commencement de l'année (début janvier) la Loi sur les Offices de Commercialisation de Produits de Ferme a été soumise aux commissions à l'exception de l'Association des Consommateurs du Canada, bien que son représentant

au cours de la première conférence organisée sur ce sujet par le Conseil Canadien de la Consommation.

Nous vivons à une époque où les valeurs traditionnelles donnent matière à réflexion et, bien souvent, à transformation. Influencer la nature de tous les changements à envisager est un rôle qui incombe à tous les éléments de la société, en particulier à ceux dont le sort immédiat est le plus directement visé. Nous espérons que ces discussions continueront de bénéficier pour chaque question de l'apport appréciable de tous les secteurs et de tous les points de vue.

RÉAFFIRMATION

En même temps que se déroulaient ces réexamens et ces réflexions dans le domaine de la consommation, maints indices témoignaient de la réaffirmation de l'acceptation des objectifs gouvernementaux qui consistent à promouvoir l'intérêt du consommateur et à lui donner la place qui lui revient dans les transactions commerciales courantes.

Bien que les rubriques suivantes ne prétendent pas à être une liste exhaustive des événements principaux de 1972 dans le domaine de la consommation, elles méritent une mention spéciale comme indicateurs de la conjoncture:

- *Interdiction au mois de mai par le Ministre de la Consommation et des Corporations d'alors de certains sièges d'auto pour enfants en raison de leur caractère dangereux.* Celle-ci s'est faite sous l'autorité de la *Loi sur les Produits Dangereux*. Elle s'est avérée importante car elle a donné un véritable caractère répressif à cette loi et a montré à l'industrie qu'il ne peut être question de compromis avec la sécurité des consommateurs, en particulier celle des enfants. L'Honorable Robert Andras a exposé avec éloquence les raisons de cette action et indiqua que sauver la vie d'un enfant (sans parler de protéger les autres) faisait plus que justifier cette interdiction, bien que les fournisseurs et les détaillants eussent en leur possession des stocks importants des sièges en cause.
- *Publication au mois de juin par la Commission de Réforme du Droit de l'Ontario d'une étude spéciale sur la garantie des produits de consommation.* Ce domaine, qui relève essentiellement du droit provincial en vertu de la rubrique de l'*Acte de l'Amérique Britannique du Nord* qui porte sur la propriété et les droits civiques, est l'un de ceux où l'on constate les abus les plus flagrants en matière d'achats de consommation, en particulier pour ce qui est des automobiles et des appareils électriques ou autres qui arrivent préemballés de l'étranger. L'étude faite par l'Ontario est peut-être la plus approfondie qui ait jamais été faite, et nous espérons qu'elle amènera la loi à porter remède à cet important manque d'harmonie du marché. L'attaque se fait sur deux fronts: insistance sur le respect par les fabricants ou par les vendeurs de normes raisonnables en matière de durée de vie, d'utilité et de sécurité des produits; et, en cas de non-respect de ces normes, recours efficaces pour les consommateurs.

- *Introduction en Ontario au mois de décembre d'une loi d'avant-garde d'une large portée sur les droits de la vie privée,* loi dont le but est de réglementer l'utilisation des états personnels de crédit, de corriger les inexactitudes qu'ils contiennent et, de manière générale, de garantir par une loi l'inviolabilité du nom et de la réputation. L'Ontario suit donc les traces du Manitoba qui a présenté un texte analogue en 1971, et du Québec qui a pris la succession en 1972. Bien que le projet de loi de l'Ontario ait été retiré, il doit être présenté sous une forme révisée en 1973.

En conséquence, on a vu en 1972 se profiler tout près de la surface des activités de consommation de nombreux indices témoignant de ce que l'on est à la recherche de la réponse à nombre de questions d'ordre philosophique. Voici quatre exemples qui pourront servir d'illustration :

1. Au mois de mars, l'Institut Canadien des Affaires Publiques a fait porter sa conférence d'hiver annuelle sur le vaste sujet suivant : « Le grand débat de la consommation : qui représentera le public? » Consommateurs militants, politiques, personnalités du monde du travail et des affaires et d'autres personnes ont cherché une base adéquate à leur action en qualité de consommateurs et de citoyens dans le cadre du « Droit des gens à influencer l'utilisation du pouvoir ».

2. Au mois de mai s'est déroulée l'assemblée constitutive des Bureaux d'Éthique Commerciale du Canada, dont le but était de faire face résolument au défi que la consommation lance au monde des affaires en transformant en sympathisants les personnes qui occupent les bureaux directeurs et les postes de gestion supérieurs dans une industrie fondée sur la consommation. L'objectif est de faire adopter par l'information et par la persuasion les nouvelles normes de personnalité morale. C'est une renaissance ou une résurrection passionnante qui pourrait, si elle réussissait, changer radicalement le dialogue avec le consommateur et, en même temps, obtenir une importante participation des entreprises, qui a fait si manifestement défaut jusqu'à présent.

3. Au mois de juillet un groupe de travail composé de quatre membres de la faculté de théologie de l'Université de Toronto a élaboré ses « Truth Guidelines for Canadian Advertising » (lignes directrices pour la véracité de la publicité au Canada). Ces lignes directrices découlaient de l'analyse de ce que devrait être, du point de vue moral, les normes pratiques de la véracité publicitaire dans la société contemporaine. Cette étude patronnée par l'industrie publicitaire organisée au Canada était un projet commun de l'Institut de la Publicité Canadienne et de l'Association Canadienne de la Publicité. Nombre des avis exprimés par les théologiens rejoignent ce que les défenseurs des consommateurs préconisent depuis quelque temps. Tous n'ont pas été unanimement acceptés par la collectivité des publicitaires, mais pour leur rendre justice nous devons de dire que les cadres supérieurs de cette industrie tentent de réaliser un accord général pour faire de ces lignes directrices les normes acceptables pour une industrie dont l'activité commerciale est susceptible de porter des torts particulièrement visibles au consommateur. Aux mois de septembre et d'octobre les organisations invitées organisèrent des colloques d'une journée à Toronto et à Montréal afin d'étudier ces lignes directrices. L'évolution de l'emploi de ces lignes directrices en tant que base de travail des professionnels de la publicité sera suivie avec intérêt et espoir.

4. Au mois de novembre à Québec, un secteur qui présente un intérêt particulier pour les consommateurs et qui n'avait pas été exploré en profondeur jusqu'à présent a été abordé pour la première fois en public : « Le Consommateur et les Professions Autonomes ». Qualité des services professionnels, octroi des licences, bases de l'établissement des tarifs, recours du consommateur trompé et autres sujets analogues commencent tous d'être mis en étude. Encore une fois, il s'agissait plus de susciter la réflexion que de présenter des problèmes précis dans le cadre de l'évaluation des systèmes traditionnels qui s'est déroulée

du Consommateur auraient pu devenir pour beaucoup la pierre philosophale de l'évaluation des transactions avec les consommateurs, tant sur le marché que dans l'ensemble de la société. Il est regrettable que les Ministres successifs aient choisi de ne pas accorder leur appui à la *Charte Canadienne des Droits du Consommateur* rédigée par le Conseil après que le premier Ministre de la Consommation eut expressément demandé que l'on se prononçât en sa faveur. Cette action n'a certainement pas servi au mieux les intérêts des consommateurs, producteurs, commerçants, vendeurs, législateurs et autres fonctionnaires. Son enterrement doit provoquer une profonde consternation chez tous ceux qui considèrent le Ministre fédéral comme une source de conseils et d'harmonie pour ce qui est de la promotion des intérêts du consommateur.

L'Association des Consommateurs du Canada, premier représentant des consommateurs du pays, a célébré son vingt-cinquième anniversaire. Alors qu'elle entre dans son second quart de siècle d'existence, elle souligne que les aspects philosophiques de la promotion des intérêts du consommateur font à fait partie de ses attributions, parallèlement aux préoccupations définies en matière de produits et de pratiques commerciales qui ont toujours marqué ses activités.

A mesure que la réflexion commençait à porter ses fruits, certaines personnes, comme Théodore Levitt (que nous citons au début de cette Vue d'Ensemble) se sont mises à concentrer leur attention sur les résultats subliminaux inexprimés qui deviennent désormais patents en raison du système de production, de commercialisation et de vente en série. Le concept de Levitt qui part du principe de la consommation «d'avantages souhaités» plutôt que «d'objets» place dans la perspective des consommateurs et des hommes d'affaires la nécessité de cesser de s'attacher aux produits en tant que tels et de commencer à se rendre compte que ce sont les avantages qu'ils procurent qui sont essentiels. Et lorsque les avantages ne répondent pas à l'attente ou, ce qui est pire, lorsqu'il y a une trahison indéniable de l'acheteur éventuel, on constate non seulement une augmentation du manque de crédibilité du marché, mais une agitation en faveur de sanctions plus sévères pour les contrevenants.

Peut-être que le cynisme et l'insubordination apparentes proviennent dans une certaine mesure de ce que Charles Reich a appelé notre «anticommunauté actuelle» dans *Le Regain Américain*. A ses yeux notre société est devenue:

«une immense . . . anticommunauté . . . (un lieu) de solitude et d'aliénation . . . L'amitié a pris un caractère artificiel, comme si elle était recouverte d'un vernis étanche Protocolaire, rivalité, hostilité et peur ont remplacé la chaleur du cercle d'affections qui pourraient soutenir l'homme dans sa lutte contre un univers hostile.»

Ceci pourrait très bien expliquer la raison pour laquelle on constate plus que jamais une agitation des particuliers en faveur de la protection du consommateur au niveau des relations entre particuliers et vendeurs.

La protection du consommateur est de fait devenu un cliché courant, et les acheteurs protestent comme ils ne l'ont jamais fait lorsqu'ils se rendent compte qu'ils ont été trahis ou joués. L'apathie antérieure ou le sentiment de futilité fait place petit à petit à des actions militantes destinées à assurer la satisfaction des plaintes des particuliers. Les mesures préconisées dans l'intérêt du consommateur, même si elles sont d'une nature intangible ou philosophique, reçoivent une acceptation et un soutien universels.

national. Et en conséquence, des raisons peu convaincantes de ne pas s'attacher à d'autres secteurs de préoccupation des consommateurs, prix unitaires par exemple, servent à confirmer le concept, peut être mal fondé mais néanmoins de plus en plus présent, d'une nouvelle « exploitation du consommateur » ou d'une nouvelle « démission de la bureaucratie ».

Ce restera une obligation constante pour les groupes de défense des consommateurs et pour les consommateurs militants de crever les ballons de la léthargie et d'aiguillonner les politiciens et les fonctionnaires supérieurs afin de veiller à ce que le réexamen des questions par la bureaucratie ne dégénère pas en indifférence des fonctionnaires.

RÉFLEXION

Si l'on a constaté en 1972 un apaisement d'une partie de l'hostilité et de l'antagonisme des années précédentes, on a également enregistré dans une bien plus large mesure qu'au cours des dernières années une recherche approfondie de la nature même de l'éveil des consommateurs et une réflexion sur son essence.

Les nouvelles normes de personnalité morale et d'éthique commerciale qui apparaissent se sont traduites par un sens accru de la responsabilité de la société, dont l'un des facteurs clés est le contexte dans lequel évolue le consommateur. Tout comme il n'est plus acceptable de polluer le milieu ambiant, de pratiquer une discrimination à l'embauchage, de payer moins que le salaire vital, ou d'introduire unilatéralement l'automatisation au détriment des personnes qui ont travaillé loyalement pour la société et qui se trouveraient faire double emploi dans les effectifs s'ils étaient remplacés par la technique, il n'est également plus acceptable d'adopter sur le marché une attitude qui ne soit pas équitable et honnête. Car le privilège d'opérer dans le cadre de la société et d'en récolter les profits entraîne à sa suite l'obligation correspondante de faire preuve d'un authentique souci de responsabilité consciente et d'assumer cette responsabilité à l'égard de tous les autres membres de cette société, et en particulier à l'égard de ceux avec lesquels on traite pour obtenir un avantage commercial.

Tel est en particulier le cas des transactions d'une entreprise avec l'acheteur final de ses produits et services. Aujourd'hui les consommateurs s'attendent à disposer d'un accès raisonnable aux biens et services et ne veulent pas être le dindon de la farce dans le cadre d'un marché dominé. Ils sont en droit d'obtenir des faits précis sur les marchandises afin de pouvoir faire un choix éclairé. Ils comptent que ce qu'ils vont acheter sera d'un prix équitable, et que l'on n'abusera pas d'eux. Aucun consommateur ne doit faire l'objet de pressions abusives ou de désavantages illégaux lorsqu'il achète des biens et services, et ceux-ci ne doivent pas non plus exposer l'utilisateur à des risques inattendus. Et pour donner à ceci tout son sens et toute sa portée il convient que chaque consommateur reçoive une réparation rapide et totale pour tout produit ou service qui ne justifie pas la garantie implicite ou explicite qui a été donnée.

Cette nouvelle définition des valeurs et des critères sociaux a vu le jour grâce à la divulgation des attitudes actuelles à l'égard des exigences du consommateur et grâce à la discussion par le public de la responsabilité des entreprises.

Les droits fondamentaux du consommateur que le Conseil a consignés au début de l'année dans une charte qu'il a proposée à l'Honorable Ministre de la Consommation et des Corporations en qualité de Charte Canadienne des Droits

sécurité, les pratiques commerciales trompeuses et ainsi de suite sont désormais des mesures législatives consacrées, en vigueur depuis quelques années déjà. En 1972 les administrateurs se sont apparemment accordés un répit tandis qu'ils semblaient accorder aux dispositions actuelles une chance de donner leur pleine mesure. D'autre part, certains consommateurs militants se sont publiquement déclarés préoccupés de voir que la bureaucratie était peut-être en train de s'installer dans l'apatie ou dans la complaisance. D'autres réclamaient une amélioration de la rédaction négligée des lois antérieures en matière de protection du consommateur, des sanctions plus réalistes pour dissuader les contrevenants, une structure d'application plus efficace, et une politique d'exécution plus vigoureuse.

Un exemple classique de manoeuvres dilatoires apparentes de la bureaucratie se traduit peut-être par la non-parution en 1972 de l'indispensable règlement d'excution de la *Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*. Alors que les associations industrielles semblent bénéficier d'une certaine participation au processus apparemment difficile d'élaboration de normes de réglementation valables, les groupes de consommateurs se plaignent d'avoir été laissés presque entièrement à l'écart du dialogue, bien que ce soit eux qui aient réclame depuis plusieurs décennies la normalisation de l'emballage et de l'étiquetage. En effet, tandis que «sur le papier» les groupes de défense des consommateurs y ont participé dans l'ensemble du pays, tel n'a pas été le cas dans la pratique.

L'attachement fétichiste de la Fonction Publique au «secret» des règlements pas-encore-officiellement-publiés, alors qu'il peut se justifier dans d'autres circonstances quand il est question d'autres textes législatifs, est parfaitement dépassé et erroné quand il s'agit de l'emballage et de l'étiquetage des produits de consommation. Aux termes de ce texte (*la Loi sur l'emballage et l'étiquetage des produits de consommation*) le Règlement fixera en fait les nouvelles règles, et il est non seulement douteux mais même éventuellement dangereux de les garder secrètes alors qu'elles ont une incidence si profonde sur l'industrie et sur les consommateurs. Ne pas les porter à la connaissance de tous afin de les examiner en profondeur soulève la question grave de savoir où se trouve le véritable intérêt du public. Il convient de faire contraster cette attitude avec les résultats concrets qui ont été obtenus grâce à la divulgation du projet de *Loi sur la concurrence* et au dialogue qui s'est engagé.

Etant donné que chez nous la métrication est presque à la porte, il semblerait logique que les consommateurs de produits canadiens de consommation se mettent au fait de cette réalité importante et inévitable des maintenant et non en deux ou trois étapes. Il semble tout aussi logique que les consommateurs canadiens ne soient pas exploités davantage par un passage au système métrique en deux ou trois étapes pour ce qui est de l'emballage. Mais le silence ou l'immobilisme semblent vouloir se substituer à une action significative.

Le prétendu défaut de communication avec les groupes de défense des consommateurs pour ce qui est de cette affaire et d'autres aspects vitaux de la consommation a malheureusement fait mettre sérieusement en doute les tentatives du Ministère fédéral et a jeté le doute sur ses mobiles. Ceux qui espèrent défendre les consommateurs continuent de se plaindre d'un manque de preuves que le Ministère effectue des recherches ou prend des mesures concrètes. Si ces preuves existent, ils prétendent ne pas être en mesure de les voir ou d'en tirer parti. C'est tout à fait dommage. Cela met en cause l'utilité de la structure même du Ministère et son aptitude à servir les consommateurs et à promouvoir leurs intérêts au niveau

des associations de défense des consommateurs ne purent que contribuer à calmer cette atmosphère d'antagonisme. Parallèlement, ces réunions auront certainement eu pour résultat d'améliorer la qualité du nouveau texte législatif lorsqu'il sera finalement présenté. La nouvelle *Loi sur la Concurrence* devrait sans aucun doute tirer parti de l'apport du secteur privé en devenant plus souple et plus pratique, tant pour les hommes d'affaires qui devront gérer leur entreprise dans son cadre que pour les consommateurs qu'elle protégera.

Il est tout à fait significatif que, loin de laisser ce problème tomber dans l'oubli, le successeur immédiat de l'Honorable Ron Basford, l'Honorable Robert Andras (nommé à la fin de janvier 1972) et le discours du Trône de 1972 aient fermement engagé le Canada sur la voie d'une nouvelle politique raisonnable en matière de concurrence qui protège le consommateur et qui soit en même temps équitable. Il s'avère que seuls les aspects pratiques et les détails restent à mettre sous leur forme finale. Mais les options et les principes fondamentaux du Bill C-256 restent inchangés. Il y a presque unanimité sur ce point.

Avec un peu de recul, il semble que les troubles causés par le Bill C-256, bien qu'ils laissent leur cicatrice politique sur ceux qui y ont pris part en personne, ont été pour le Canada une expérience enrichissante. Pour ceux qui ont oeuvré à la défense des intérêts du consommateur et qui se sont peut-être laissés bercer par la fausse impression du succès lorsque de nouvelles réglementations importantes ont reçu l'appui et l'encouragement du pouvoir législatif, qui leur a réservé un accueil favorable, le grand débat autour de la loi sur la concurrence a révélé l'importance de l'hiatus très réel qui existe encore dans le dialogue entre le consommateur et le producteur. Il est également devenu un exercice pratique de démonstrative active lorsque le détracteur a fini par rencontrer le cadre ministériel jusque là anonyme et qu'ils ont échangé leurs opinions en «tête-à-tête». Mais il a également montré comment des hommes de bonne volonté ayant à se concentrer sur un objectif commun peuvent se donner la main, détracteurs comme partisans, pour tenter d'accorder leurs méthodes et leurs objectifs. Finalement, le code définitif qui réglera un monde canadien des affaires véritablement compétitif pendant la présente décennie et au-delà devrait être une doctrine plus viable et plus croyable dans le cadre du marché actuel, tant du point de vue national qu'international. Et le citoyen canadien, personne morale et consommateur, n'en sera que plus riche.

A la fin de 1972, il restait à voir si une nouvelle politique canadienne en matière de concurrence entrerait dans le jeu des priorités d'un gouvernement minoritaire. Toutefois, sa nécessité n'en fait qu'une affaire de temps.

Au moment où le projet d'une nouvelle *Loi sur la Concurrence* était réexaminé, tel semblait également être le cas de tous les textes fédéraux en matière de protection du consommateur. Un changement de personnes au niveau du ministre et du sous-ministre (comme cela était survenu en janvier 1972) est un bon moment pour faire le bilan alors que les nouveaux titulaires étudient et évaluent. En outre, au cours des dernières années une pléthore de nouveaux textes s'étaient frayés un chemin dans les recueils de lois, tant au niveau fédéral que provincial, et 1972 s'est avérée être un moment aussi bon qu'un autre pour les remettre en cause et pour prendre un instant afin de voir jusqu'où et à quel rythme les mesures du gouvernement pourraient continuer de remédier aux défauts du marché.

Des corrections fondamentales qui portent sur les «assises» de la protection du consommateur, soit l'honnêteté des prêts, de l'emballage et de la publicité, la

CONSUMMATION: VUE D'ENSEMBLE DE LA SITUATION EN 1972

«L'utilité du produit n'est pas celle que l'ingénieur déclare explicitement, mais celle que le consommateur exige explicitement qu'elle soit. Ainsi, le consommateur ne consomme pas des objets mais des avantages souhaités — non pas des cosmétiques, mais les attraites qu'ils promettent; non des mèches d'un quart de pouce, mais des trous d'un quart de pouce; non des actions de sociétés, mais des profits financiers; non des fraiseuses à commande numérique, mais des pièces métalliques d'une précision et d'un fini sans défauts; non de la crème fouettée à basses calories, mais un petit plaisir que l'on s'accorde en même temps qu'une commodité élaborée.»

— Theodore Levitt dans
Advertising Age

On pourrait probablement définir 1972 comme l'année des «trois R» de la consommation: Réexamen, Réflexion et Réaffirmation.

REEXAMEN

Au début de l'année les promoteurs d'une nouvelle mesure législative sur la concurrence prenaient du recul pour réexaminer leur projet de loi (Bill C-256 de la Chambre des Communes de 1971). La fin de 1971 et le début de 1972 furent une période ouverte à la critique du texte envisagé, tant du projet de loi en soi que de nombre des principes qui les sous-tendaient.

Nombre de ces critiques s'avèrent utiles pour souligner les graves défauts du projet de loi, tant du point de vue de sa rédaction que de son applicabilité. Ces efforts se sont révélés précieux et enrichissants dans l'optique de la recherche progressive d'une nouvelle politique canadienne en matière de concurrence pour la décennie à venir et au-delà qui, tout en assurant une plus grande liberté du marché, continuera à rendre les activités commerciales de ce pays plus viables, plus efficaces et plus productives.

Respectant la promesse qu'il avait faite lors de la présentation du projet de loi en juin 1971, l'ancien Ministre de la Consommation et des Corporations, l'Honorable Ron Bastford, accepta que le projet demeure au Feuilleton à la fin de 1971. Après avoir présenté ce texte uniquement pour voir quelles seraient les premières réactions afin de le modifier ultérieurement, le Ministre promit de le refondre sur la base d'une nouvelle étude documentée et adaptée.

Mais ce geste ne fit pas renoncer nombre des détracteurs aveugles du projet de loi à leurs attaques vigoureuses ou à leur rhétorique passionnée. Le crépuscule de l'année les vit s'acharner à monter à l'assaut des tribunes de la nation et à recourir aux organes d'information pour entretenir leur guerre ouverte contre le projet de texte législatif vital en matière de protection du consommateur. Plus d'un ne vit là rien moins que l'extinction graduelle du régime de la libre entreprise, quoique le projet se proposât de consacrer par la Loi de la protection des entreprises indépendantes ainsi que celle des usagers réels des produits et services contre toute iniquité de la concurrence. Il est malheureux que la nature affective de leurs attaques relègue au second plan les corrections valables et précieuses qui se sont

Quoi de surprenant alors que les responsables de la présentation de ce projet de loi aient délibérément engagé un processus d'apaisement de l'hostilité entre ses détracteurs et ses partisans. La série de colloques au cours desquels le Ministère de la Consommation et des Corporations a réuni les personnes qui avaient dressé les mémoires critiques (plus de 300), des représentants de l'industrie, des professions libérales, des travailleurs, des agriculteurs, des milieux enseignants et

MEMBRES DU CONSEIL CANADIEN DE LA CONSOMMATION

Président:

*M. Harold Buchwald, C.R.

Winnipeg, Manitoba

Vice-présidente:

*L'honorable Juge Claire L'Heureux-Dubé, C.R.
Québec, Québec

Membres:

M. George S. May
Vancouver (Colombie-Britannique)

M^{me} Alexa McDonough

Halifax (Nouvelle-Ecosse)

M^{me} Margaret McGuire

Moncton (Nouveau-Brunswick)

M. Yves Ménard

Montréal (Québec)

*Professeur William Neilson

Toronto (Ontario)

*Professeur Peter Pearse

Vancouver (Colombie-Britannique)

(Jusqu'au 30 juin 1972)

*M^{me} A. F. W. Plumptre

Toronto (Ontario)

Professeur Yolande Taylor

Montréal (Québec)

(A compter du 31 décembre 1972)

M^{me} Bernice Walsh

Saint-Jean (Terre-Neuve)

M. André Laurin

Québec (Québec)

M. David S. R. Leighton

Banff (Alberta)

Directeur Général:

Dr. David E. Bond

Adjointe de recherches:

Mad. Ellen Richardson

Secrétaire administrative:

Mad. Georgine Ulmer

Bureau:

Pièce 101,

207, rue Queen,

Ottawa

Adresse postale: CASE POSTALE 94

Succursale «A»

Ottawa

K1N 8V1

613-232-5701

Téléphone:

*Membres du Comité directeur

11 LISTE DES MEMBRES AU 1^{er} JANVIER 1972

13 CONSOMMATION: VUE D'ENSEMBLE DE LA SITUATION 16 1972

25 ACTIVITÉS DU CONSEIL EN 1972

39 BILAN

41 CONSEIL CANADIEN DE LA CONSOMMATION: MANDAT

43 A. LISTE DES RECOMMANDATIONS TIRÉES DES RAPPORTS
ADOPTÉES PAR LE CONSEIL EN 1972

51 B. PUBLICATIONS DU CONSEIL CANADIEN DE LA
CONSOMMATION, 1968-72

TABLE DES MATIÈRES

APPENDICES

traduisent très nettement leurs efforts. Je suis persuadé que les membres du conseil se joignent à moi pour leur exprimer nos remerciements et notre gratitude les plus sincères. Au moment où j'écris tous deux viennent de prendre possession de leur nouveau poste à la Fonction Publique. Nous leur souhaitons beaucoup de succès dans leur nouvelle voie.

Quant à Mad. Georgine Ulmer, la secrétaire administrative du Conseil, je la remercie tout particulièrement des innombrables efforts qu'elle a faits et qui sont bien trop nombreux pour que je puisse les mentionner.

Permettez-moi également de profiter de cette occasion pour exprimer notre gratitude aux fonctionnaires de votre Ministère tant à Ottawa que dans l'ensemble du pays, qui ont tous jours été très coopératifs et très aimables.

Il y a un an j'ai félicité votre prédécesseur immédiat, l'honorable Robert Andras, de sa nomination récente comme Ministre de la Consommation et des Corporations. Constructif et fécond pendant toute sa durée, son mandat est venu à expiration à la fin de novembre lorsque vous avez été promu à ce poste important. Maintenant, le Conseil Canadien de la Consommation envisage avec plaisir de mettre son aide et ses conseils à votre disposition et de collaborer étroitement avec vous, Monsieur le Ministre, à ces recherches enrichissantes dont le but est de promouvoir les intérêts du consommateur au Canada.

Respectueusement soumis,

Harold Buchwald
 HAROLD BUCHWALD, C.R.
 Président

Le 28 février 1973.



L'honorable Herb Gray
Ministre de la Consommation
et des Corporations
Gouvernement du Canada
OTTAWA

Monsieur le Ministre:-

J'ai le plaisir de vous transmettre le quatrième Rapport Annuel du Conseil Canadien de la Consommation qui couvre la période allant du 1er janvier au 31 décembre 1972.

L'année 1972 a été très fertile et très féconde à de nombreux égards. Le Conseil a terminé deux études de grande envergure tandis qu'un certain nombre d'autres approchaient leur terme et nous donnaient un certain sentiment du devoir accompli.

Le Rapport du Conseil sur l'Information du Consommateur est sorti le 30 mai, et je suis fier de dire que cette étude prône une façon nouvelle et audacieuse de concevoir la formation des Canadiens en tant que consommateurs, d'utiliser les renseignements et données disponibles, et de mettre en cause les méthodes classiques dans ce domaine. Le Conseil se doit de rechercher tout particulièrement Mme Beryl Plumptre, présidente de la Commission spéciale du Conseil, et les conseillers en recherches de lui avoir fourni un document d'une nouveauté et d'une valeur telles. A en juger par les premières réactions des cadres supérieurs du gouvernement, des éducateurs et d'autres personnes qui s'intéressent particulièrement à cette question, cette étude du Conseil peut être d'un précieux apport dans ce domaine essentiel qu'est la promotion des intérêts, des connaissances et de la protection des consommateurs.

Le Conseil a sorti son rapport sur la déconfiture des consommateurs à faibles revenus le 7 juin, date à laquelle il a été rendu public à Vancouver. Cette ville a été choisie car c'est là que le Conseil a tenu en septembre 1971 son colloque public sur les problèmes du consommateur surchargé de dettes. Le rapport du Conseil fait réponse à une demande que j'ai adressé un précédent ministre, l'honorable Ron Basford, d'étudier la question de la déconfiture au Canada en s'attachant particulièrement aux recommandations relatives à l'insolvabilité des particuliers que contient le Rapport du Comité d'Etude sur la Faillite, 1970 du gouvernement fédéral. Mais ses propositions vont au-delà des questions soulevées par le rapport fédéral et tentent de s'attaquer aux difficultés particulières aux malheureuses victimes de notre société de consommation. L'étude du Conseil s'est faite sous les auspices d'une commission spéciale présidée par M. George May de Vancouver, assisté du professeur Yves Caron de Montréal. En outre, le Directeur Général et l'adjoint de recherches les ont appuyés de leurs efforts vigoureux.

Une autre commission du Conseil présidée par Mlle Niquette Delage de Montréal a formé les réactions du Conseil au Code de la Publicité Destinée aux Enfants établi par l'Association Canadienne des Radiodiffuseurs.

La Charte canadienne des droits du consommateur, adoptée en décembre 1971 par le Conseil canadien de la consommation, qui en recommande l'adoption au ministre de la Consommation et des Corporations. La Charte a vu le jour au bout de trois ans de réflexion et deux importantes études patronnées par le Conseil: une sur la satisfaction du consommateur et l'autre sur l'attitude du consommateur à l'égard de ses droits.

La Charte canadienne des Droits du Consommateur

Chacun de nous est un consommateur, non seulement un acheteur, mais encore un usager, un producteur ou un vendeur. Chacun de nous est une partie intégrante de la société canadienne, et à ce titre, a droit à la qualité, à la justice, au respect et à la compréhension.

Chacun de nous doit constamment s'efforcer d'améliorer la société que nous avons constituée ensemble. Dans ce but nous énonçons les principes suivants comme étant les droits inséparables du consommateur.

Avant l'achat

1. *Le droit à l'achat.* Aucun consommateur ne doit être empêché d'acquérir les biens et les services légitimement vendus au Canada.

2. *Le droit à l'information.* Chaque consommateur doit pouvoir se procurer les renseignements précis qui lui permettront de prendre une décision en toute connaissance de cause.

À l'achat

3. *Le droit au juste prix.* Chaque consommateur doit pouvoir acheter au juste prix les biens et services qu'il désire se procurer.

4. *Le droit au choix.* Aucun consommateur ne doit être indûment influencé ni injustement désavantagé à l'achat de biens ou de services.

Après l'achat

5. *Le droit à la sécurité.* Aucun bien ni aucun service ne doit exposer son usager à des risques inattendus.

6. *Le droit à la compensation.* Chaque consommateur doit recevoir une compensation rapide et concrète lorsqu'un produit ou un service ne répond pas à la garantie expresse ou implicite.

Ces droits, bien que fondamentaux et élémentaires, entraînent de la part du consommateur une obligation réciproque d'intégrité et de formation personnelle. Dans une société libre, un droit ou un privilège comporte également l'obligation d'agir en citoyen intègre et responsable.

La Richesse des Nations

Adam Smith

«La consommation est le seul et unique but de toute production; et il ne convient de protéger les intérêts du producteur que dans la mesure où cela peut s'avérer nécessaire pour promouvoir ceux du consommateur. Cette maxime va si parfaitement de soi qu'il serait absurde de tenter de la prouver. Mais le système mercantile subordonne presque constamment les intérêts du consommateur à ceux du producteur, et semble considérer la production, et non la consommation, comme la fin et l'objectif suprêmes de toute industrie et de tout commerce.»

OTTAWA, DÉCEMBRE 1972
Conseil
de la consommation
Consumer
Council



RAPPORT ANNUEL 72

conseil
canadien
de la
consommation